
BACHELORARBEIT

Frau
Sophie Hofmann

Medienkompetenz und Bürgergesellschaft in einer modernen Demokratie

Ein Konzept zur Optimierung der
medialen Teilhabe der Bevölkerung
am Beispiel des Offenen Kanals

Mittweida, 2011

BACHELORARBEIT

Medienkompetenz und Bürgergesellschaft in einer modernen Demokratie

Ein Konzept zur Optimierung der medialen
Teilhabe der Bevölkerung
am Beispiel des Offenen Kanals

Autor:

Frau

Sophie Hofmann

Studiengang:

Angewandte Medienwirtschaft

Seminargruppe:

PR- und Kommunikationsmanagement

Erstprüfer:

Prof. Peter Gottschalk

Zweitprüfer:

Uwe Querengaesser

Einreichung:

Mittweida, 22.07.2011

Verteidigung/Bewertung:

Mittweida, 2011

BACHELOR THESIS

Media competence and civil society in a modern democracy

A concept created to optimize the
populations' medial participation using the
example of the „Open-access-channel“

author:

Ms.

Sophie Hofmann

course of studies:

Applied media economy

seminar group:

**Public Relation and communication
management**

first examiner:

Prof. Peter Gottschalk

second examiner:

Uwe Querengaesser

submission:

Mittweida, 22.07.2011

defence/ evaluation:

Mittweida, 2011

Bibliografische Beschreibung:

„Hofmann, Sophie

Medienkompetenz und Bürgergesellschaft in einer modernen

Demokratie – Ein Konzept zur Optimierung der medialen Teilhabe der Bevölkerung am Beispiel des Offenen Kanals. - 2011 - 5, 68, 24 S.

Mittweida, Hochschule Mittweida (FH), Fachbereich Medien, Bachelorarbeit, 2011“

Referat:

„Referat

Die Bachelorarbeit beschäftigt sich mit der Rolle der Medienkompetenz in unserer Gesellschaft. Am Beispiel des Offenen Kanals Flensburg wird deutlich gemacht, wie viel Angebot zu dem Thema Medienkompetenz bereits auf dem Markt vorhanden ist, jedoch nicht genutzt wird. Die Ausgangslage wird analysiert und mit dem Ideal verglichen. Hervorgehoben wird, wie wichtig es ist, den Umgang mit Medien und dessen Inhalten zu lehren und wie wenig dies den Menschen bewusst ist.

Es wird sich die Frage gestellt, warum das Erlernen von Medienkompetenz so wenig verbreitet und akzeptiert ist. Daraus resultierend wird ein Lösungsansatz geboten, der einen Weg aufzeigt, das Angebot und die Bürger auf eine Ebene zu bringen. Anhand eines „Prozessorientierten Coachings“ wird den Menschen Hilfe zur Selbsthilfe offeriert. Dabei wird stets die Balance zwischen Mündigkeit und Förderung im Auge behalten. Das angestrebte Ideal ist die Demokratisierung der Medienwelt.“

Inhaltsverzeichnis

1 Einleitung.....	1
2 Ausgangssituation: Daten und Fakten.....	6
2.1 Auftrag des Offenen Kanals.....	6
2.1.1 Historie / Grundidee.....	6
2.1.2 Nähere Beleuchtung des Regelwerkes der Expertengruppe von 1980 und Übertragung auf die heutige mediale Zeit.....	9
2.2 Konzept des Offenen Kanals.....	15
2.2.1 Angebot und Ziele des Offenen Kanals.....	15
2.2.2 Ausgangssituation vor Ort.....	17
2.2.2.1 Die Webseite.....	21
2.2.3 Die Produktion.....	22
2.2.4 Das Seminarangebot.....	24
3 Entwurf einer Idealkonzeption: Fragebögen und Versuch einer Definition von Medienkompetenz.....	26
3.1 Fragebögen und Interviews.....	26
3.1.1 Die Befragungsart	27
3.1.1.1 Konzeption der Fragebögen.....	27
3.1.1.2 Das Experteninterview mit der Produktionsleiterin des Offenen Kanal Flensburg.....	29
3.1.2 Ziele und Absichten der Fragebögen.....	30
3.1.3 Auswertung der Fragebögen.....	31
3.1.3.1 Die Straßenumfrage.....	31
3.1.3.2 Die Mitarbeiterfragebögen.....	34
3.2 Die Definition von Medienkompetenz.....	37
4 Der Vergleich zwischen der Ausgangssituation und dem angestrebten Ideal.....	43
5 Konzeptvorschlag: Prozessorientiertes Coaching.....	45
5.1 Einleitung.....	45
5.2 Die Checkliste.....	49
5.2.1 Der Vorlauf.....	49
5.2.2 Der Inhalt.....	51
5.2.2.1 Checkliste für den oder die Produzenten.....	51
5.2.2.2 Erläuterung der Punkte auf der Checkliste.....	52

5.3 Strukturdiagramm über den gesamten Ablauf.....	65
6 Persönliches Fazit.....	66
7 Literaturverzeichnis.....	69
8 Anhang.....	72
9 Selbstständigkeitserklärung.....	97

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Beispiel Mind Mapping.....	54
Abbildung 2: Das Storyboard.....	57
Abbildung 3: Supertotale, Panorama.....	59
Abbildung 4: Totale, Landschaft.....	59
Abbildung 5: Halbtotale.....	59
Abbildung 6: Portrait (ganze Person), Amerikanische.....	60
Abbildung 7: Halbnah.....	60
Abbildung 8: Nahaufnahme.....	61
Abbildung 9: Detailaufnahme.....	61
Abbildung 10: Strukturdiagramm: Ablauf.....	65

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Teammitglieder.....	52
Tabelle 2: Genre.....	53
Tabelle 3: Rollenverteilung.....	53
Tabelle 4: Idee und Projektname.....	54
Tabelle 5: Nonverbale Botschaft/Intention.....	55
Tabelle 6: Zielgruppe.....	55
Tabelle 7: Drehbuch.....	56
Tabelle 8: Drehplan.....	57
Tabelle 9: Kameraeinstellungen.....	61

1 Einleitung

Wenn ich morgens am Frühstückstisch sitze und die Zeitung lese, ist mindestens eine technische Neuerung Bestandteil eines Artikels. Ein neuer Laptop, eine neue Software oder eine gänzlich neue Erfindung sind Themen, die uns heutzutage nicht mehr verwundern. Sie werden mittlerweile von jedem von uns als etwas Selbstverständliches hingenommen.

Schon während meines Studiums der angewandten Medienwirtschaft habe ich mich gefragt, wie ich mit diesem so rasant wachsenden medialen Angebot umzugehen habe. Woher weiß ich, dass meine Mediennutzung die richtige ist? Und: Wo wird das enden? Wie werden meine Kinder später einmal mit den Medien aufwachsen? Im Austausch mit Kommilitonen und Freunden habe ich gemerkt, dass der Umgang mit den Medien und deren Inhalten von vielen als selbstverständlich hingenommen wird. Es wird gar nicht darüber nachgedacht, ob dies ein Feld ist, das Unterstützung bedarf.

Das hat mir zu denken gegeben und mich dazu veranlasst mich mit dem Thema auseinanderzusetzen. Ich will erforschen, ob es einen Weg gibt, den Menschen den Umgang, das Bewusstsein und die kritische Auseinandersetzung mit Medien näher zu bringen.

Dieser Umgang mit den Medien, sowohl inhaltlich als auch technisch wird als Medienkompetenz bezeichnet. Genauer gesagt bedeutet es besonders den eigenverantwortlichen Umgang und die Reflexivität mit den Medieninhalten zu erlernen. Also auch kritisch mit den Medi-

en umzugehen und sich als Konsument zu fragen, ob bei der Veröffentlichung einiger Angebote der Gesellschaft gegenüber verantwortlich gehandelt wird. Oder ob nur auf Kosten des Rezipienten und zugunsten des Konsumgedankens gehandelt wird. Wichtig ist hier einzig und allein die Bewusstmachung derer Dinge, die heutzutage in den Medien möglich sind und was sie sowohl für das Individuum aber auch für die Gesellschaft bedeuten.

Das Erlernen von Medienkompetenz halte ich für einen wichtig zu lehrenden Bestandteil innerhalb der Gesellschaft. Leider wird dies von dem Gros unserer Gesellschaft, häufig der Teil, der die Medien überwiegend zu privaten Zwecken nutzt, nicht so gesehen. Aber wie sieht es bei den Medienmachern selbst aus? Was hält man dort davon, den Umgang mit Medien zu lehren?

Die Institution des Offenen Kanals, welche seit 1980 besteht, ist ebenfalls der Meinung, dass der Umgang mit Medien gelehrt werden muss. Der Offene Kanal Flensburg bietet bereits seit 1995 kostenlose Seminare zu dem Thema Medienkompetenz an. Die Frage ist hier, warum dieses Wissen so wenig verbreitet ist? Wieso unterschätzen die meisten Menschen das Thema Medienkompetenz?

Mal davon abgesehen, dass die Bürger durch das Erlernen von Medienkompetenz die Möglichkeit bekommen den persönlichen Umgang mit Medien zu optimieren, gibt es einen noch viel bedeutenderen Grund, warum Medienkompetenz heutzutage gelehrt werden sollte. Die großen Stichwörter hier lauten Mündigkeit und Demokratie. Durch die Aufklärung rund um die Medien werden die Bürger näher an diese herangebracht und bekommen einen kritischeren Blick für das, was gezeigt wird. Durch Institutionen wie den Offenen Kanal

können sie dann Gebrauch von ihrem Mitbestimmungsrecht, ihrem Recht auf Meinungsfreiheit machen, da sie wissen worum es geht. Die Bürger können sich also aktiv in öffentliche Entscheidungen mit einbringen, was in einer Zeit, die von Medienkommunikation dominiert wird, längst überfällig ist.

Am Beispiel Stuttgart 21 ist dies gut zu veranschaulichen. Spätestens seit 1994 ist das Vorhaben aus dem Stuttgarter „Kopfbahnhof“ einen unterirdischen Durchgangsbahnhof zu machen, in aller Munde. Nach Ansicht der Bürger fehlt bei dem Projekt die demokratische Legitimation, da die Kostenprognose nach der Entwurfsplanung um etwa eine Milliarde Euro angehoben wurde, die Zustimmung aller demokratisch gewählten Gremien jedoch vorher erfolgte. 2007 wurde ein Bürgerentscheid abgelehnt, welcher zusammen mit den Spekulationen, dass zwischen Bau- und Immobiliengesellschaft und Politik eine Interessenverflechtung besteht, dazu führt, dass sich die Bürger übergangen fühlen.¹

Der Aufruhr und die Proteste sind so groß, da sich die Menschen ihrer Mündigkeit beraubt fühlen. Sie sehen ihren Anspruch auf die Anhörung ihrer Meinung und ihr demokratisches Recht auf Mitbestimmung in Gefahr.

Es ist wichtig, dass dem Volk in einer Gesellschaft Respekt gegenüber gebracht, seiner Stimme Gehör verliehen wird und es selbstverantwortlich handeln kann, denn so funktioniert eine Demokratie.

Jetzt ist die Frage, wie der Demokratiegedanke verbessert werden kann. An dem oben beschriebenen Beispiel Stuttgart 21 wird deutlich, dass moderne Partizipation an Demokratie ohne Medienkompe-

¹ <http://www.das-neue-herz-europas.de/default.aspx>, abgerufen am 10.06.2011

tenz nicht möglich ist. Demzufolge ist Medienkompetenz das Zauberwort, das es gilt umzusetzen und zu integrieren.

Die Leitidee meiner Arbeit lautet also herauszufinden, welchen Weg es gibt, den Menschen bewusst zu machen, dass Medienkompetenz erlernt werden muss. Gleichbedeutend besteht mein Erkenntnisinteresse im nächsten Schritt darin, herauszufinden *wie* dies umzusetzen ist. Im Vordergrund dabei steht die Wahrung der Balance zwischen der Mündigkeit und Authentizität und dem Gedanken der Schulung und Förderung.

Dieser Balanceakt ist möglich mit der Gestaltung und Anwendung eines „Prozessorientierten Coachings“. Teil meiner Arbeit ist es, ein drei Schritt Konzept zu entwickeln und vorzustellen.

Durch das Führen von Interviews, Befragungen und Literaturrecherche lege ich im **ersten Schritt** die Ausgangslage offen.

Im **zweiten Schritt** erarbeite ich eine Idee, ein Ideal oder sogar eine Utopie wie die Definition und Vermittlung von Medienkompetenz in der Theorie aussieht.

Aus dem Vergleich der beiden Forschungsfelder Ausgangslage und Ideal folgt der **dritte und letzte Schritt**. Dieser beschäftigt sich mit der praktischen Umsetzung, dem „Prozessorientierten Coaching“.

Der Grundgedanke dieses Konzeptes besteht darin, den Bürgern ein Angebot zu machen, eine Hand zu reichen. Niemand wird gezwungen ein ganz bestimmtes Pensum zu erlernen. Jeder kann selbst entscheiden, welcher Themenbereich und wie viel davon für ihn persönlich von Bedeutung ist. Ich lege dabei Wert auf die Interaktivität. Durch einen gemeinsamen Lernprozess, bei dem jeder von jedem

lernt, wird die Mündigkeit gewahrt und sogar gefördert. Die Balance wird also gehalten. Dies bezieht sich nicht nur auf den interaktiven Lernprozess zwischen den einzelnen Produzenten sondern auch auf den wechselseitigen Lernprozess zwischen Produzent und Medium, oder in diesem Fall dem Offene Kanal.

Überträgt man dieses Konzept auf den gesamtgesellschaftlichen Prozess, besteht das Ideal in der Demokratisierung der Medienwelt. Was bedeutet auch gesamtgesellschaftlich eine Balance zu wahren, den Bürgern also nicht nur einseitige Kommunikation, wie die des Fernsehens zu bieten. Das Ziel wäre also zum Beispiel auch das Fernsehen zu einer selbstverständlichen Form der beidseitigen Kommunikation zu machen.

Durch Bildungsanstalten wie dem Offenen Kanal Flensburg wird den Menschen nichts mehr verheimlicht oder „vorgegaukelt“. Es wird ihnen das mächtige System der Medien transparent gemacht, das sie bis jetzt größtenteils nur von einer Seite kannten. Es wird ihre Selbstverantwortung und Authentizität gestärkt, ohne ihre Eigenständigkeit zu beschädigen. Ganz im Gegenteil, durch Selbstevaluation werden sie zu selbstständigem Denken angeregt und erlernen den zu ihnen am besten passenden Umgang mit Medien aller Art ohne auch nur die geringste Zensur zu erfahren.

Der Punkt 5 beschäftigt sich speziell mit der Umsetzung und Integration.

2 Ausgangssituation: Daten und Fakten

2.1 Auftrag des Offenen Kanals

2.1.1 Historie / Grundidee

1979 formulierte die Expertengruppe Offener Kanal erstmals Regeln, die die Institution an sich sowie dessen Nutzung näher erläuterten.

Diese Regeln wurden 1980 in schriftlicher Form festgehalten,² also vier Jahre vor dem ersten Versuch der praktischen Umsetzung im Jahr 1984. Bis heute ist dieses Regelgeflecht in der Theorie beständig und wurde seit 1980 auf dem Papier nicht verändert.

Grundlage dieses Regelwerkes waren zum Einen internationale Erfahrungen und Modelle aus den USA, Großbritannien und Kanada.³

Zum Anderen bildete die „Radio-Theorie“ von Bert Brecht einen weiteren wesentlichen Grundstein.⁴ Sein Bestreben war es, „aus dem „Distributionsapparat“ Rundfunk, einen „Kommunikationsapparat“ zu machen“⁵. Darüber hinaus sind sowohl der Begriff „Offener Kanal“ als auch dessen Rahmenbedingungen von dem angelsächsischen „public-access-channel“, dem „öffentlichen Zugangskanal“ übernommen worden.⁶

² Handbuch Medien: Offene Kanäle, Ulrich Kamp, S. 12

³ Schriftenreihe der HAM, Bürgermedium Offener Kanal, der Offene Kanal Hamburg aus Sicht von Nutzern und Experten, eine empirische Studie von Ottfried Jarren, Thorsten Grothe, Roy Müller, S. 13

⁴ Schriftenreihe der HAM, Bürgermedium Offener Kanal, der Offene Kanal Hamburg aus Sicht von Nutzern und Experten, eine empirische Studie von Ottfried Jarren, Thorsten Grothe, Roy Müller, S. 12

⁵ Schriftenreihe der HAM, Bürgermedium Offener Kanal, der Offene Kanal Hamburg aus Sicht von Nutzern und Experten, eine empirische Studie von Ottfried Jarren, Thorsten Grothe, Roy Müller, S. 12

⁶ Schriftenreihe der HAM, Bürgermedium Offener Kanal, der Offene Kanal Hamburg aus Sicht von Nutzern und Experten, eine empirische Studie von Ottfried Jarren, Thorsten Grothe, Roy Müller, S. 14

Nach der ersten Ausstrahlung eines Offenen Kanals im Rahmen eines Kabelpilotprojektes 1984 in Ludwigshafen folgten auch Berlin und Dortmund.⁷

Ursprünglich wurde der Offene Kanal als Kontrast zu den im selben Jahr entstandenen privaten Rundfunksendern ins Leben gerufen. So wurde der Offene Kanal bei seiner Gründung auch als „Vielfaltreserve“ angesehen und sogar als „Rundfunk dritter Art“ bezeichnet.⁸

Der damalige Grundgedanke bestand darin, den Menschen die Produktionsschritte und Planungen einer Fernseh- oder Radioproduktion nahezubringen. Es sollte mehr Transparenz geschaffen werden.

Ziel der Expertengruppe war es, eine medienpolitische Diskussion über das Konzept des Offenen Kanals anzufachen.⁹

„Die [...] Expertengruppe [...] (sieht) im Offenen Kanal eine geeignete Organisationsform, um den Forderungen nach einer politischen und kulturellen Emanzipation der Bürger durch deren produktive Partizipation an den Kommunikationsmitteln zu entsprechen“¹⁰.

Dies meint, dass auch der „einfache“ Bürger, der aufgrund mangelnder Aufklärung so gut wie nichts über das Thema Medien weiß, die Chance bekommt, sich auf diesem Feld weiterzubilden und seiner Meinung Öffentlichkeit zu verleihen. Der Bürger soll von seinem

⁷ Schriftenreihe der HAM, Bürgermedium Offener Kanal, der Offene Kanal Hamburg aus Sicht von Nutzern und Experten, eine empirische Studie von Ottfried Jarren, Thorsten Grothe, Roy Müller, S. 18

⁸ Schriftenreihe der HAM, Bürgermedium Offener Kanal, der Offene Kanal Hamburg aus Sicht von Nutzern und Experten, eine empirische Studie von Ottfried Jarren, Thorsten Grothe, Roy Müller, S. 10

⁹ Handbuch Medien: Offene Kanäle, Ulrich Kamp, S. 13

¹⁰ Schriftenreihe der HAM, Bürgermedium Offener Kanal, der Offene Kanal Hamburg aus Sicht von Nutzern und Experten, eine empirische Studie von Ottfried Jarren, Thorsten Grothe, Roy Müller, S. 12

Recht auf Meinungsfreiheit, Artikel 5 des Grundgesetzes, auch in den Medien Gebrauch machen können.¹¹

Mit der Gründung des Bildungszentrums Offener Kanal 1995 entstand zusätzlich eine Institution, die „[...] ein Aus- und Weiterbildungsangebot für alle bestehenden Grundtypen der Offenen Kanäle und deren spezifische Anforderungen“¹² entwarf.

Ebenfalls im Jahr 1995 genauer gesagt am 18. März, ging auch der Offene Kanal Flensburg das erste Mal auf Sendung. Die Stadt Flensburg war glücklich, dass der Offene Kanal Schleswig-Holstein ein weiteres Standbein im Norden haben wollte. Zu Beginn gab es nämlich nur die Offenen Kanäle in Lübeck und Kiel. Um auch die Landregionen weitestgehend abzudecken, kam anschließend noch ein Offener Kanal in Heide dazu. So hatten auch die Landbewohner die Chance den Offenen Kanal via analogem Kabel zu empfangen.

Im Jahr 2006 fiel die Entscheidung, dass die Landesmedienanstalt Schleswig-Holstein und Hamburg aus finanziellen Gründen fusionieren sollten. In Hamburg war niemand erfreut darüber einen Offenen Kanal übernehmen zu müssen und so wurde beschlossen, den Offenen Kanal Schleswig-Holstein als Bestandteil aus dem fusionierten Geflecht herauszunehmen und zu verselbstständigen. Seitdem ist der Offene Kanal Schleswig-Holstein nicht mehr in Trägerschaft der gemeinsamen Landesmedienanstalt von Hamburg und Schleswig-Holstein sondern seit dem 01.10.2006 eigene Anstalt Öffentlichen Rechts. Demnach ist Schleswig-Holstein das einzige Bundesland in Deutschland, das seine Bürgermedien als Anstalt Öffentlichen Rechts

¹¹ Grundgesetz (idF v. 23.05.1949), Art. 5

¹² Handbuch Medien: Offene Kanäle, Ulrich Kamp, S. 13

organisiert hat und sich zu 100 Prozent aus GEZ Gebühren finanziert. Der Offene Kanal Flensburg ist also Teil der Anstalt Öffentlichen Rechts Offener Kanal Schleswig-Holstein. Schwerpunkte des Offenen Kanals Schleswig-Holstein und somit auch Flensburgs sind bis heute Medien und Bildung.¹³

2.1.2 Nähere Beleuchtung des Regelwerkes der Expertengruppe von 1980 und Übertragung auf die heutige mediale Zeit

Die Absicherung der Offenen Kanäle geschieht in Deutschland nur durch die im Rundfunkstaatsvertrag bestehende Finanzierungsregelung von 1987.¹⁴¹⁵ Auch in dem „Staatsvertrag über den Rundfunk im vereinten Deutschland“ von 1991 ist der Offene Kanal lediglich eine „Kann-Bestimmung“.¹⁶ Demzufolge ist ein gesetzlicher Rahmen (immer noch) nicht gegeben. Dieser Umstand macht die Formulierung von Regeln durch die Expertengruppe rückwirkend unabdingbar, um eine gerechte Ordnung und Nutzung zu schaffen und zu sichern. Produzierte Beiträge unterliegen also keinen Programmrichtlinien oder gesetzlichen Bestimmungen sondern nur den schriftlich festgehaltenen Regeln von 1980.¹⁷

Für die praktische Umsetzung sind stets die jeweiligen Landesmedienanstalten zuständig. Die medienpolitischen und -kulturellen Rah-

¹³ Interview mit Tanja Zimmer vom 26.05.2011

¹⁴ Handbuch Medien: Offene Kanäle, Ulrich Kamp, S 10

¹⁵ Rundfunkstaatsvertrag, § 40, Abs. 1, 2

¹⁶ Schriftenreihe der HAM, Bürgermedium Offener Kanal, der Offene Kanal Hamburg aus Sicht von Nutzern und Experten, eine empirische Studie von Ottfried Jarren, Thorsten Grothe, Roy Müller, S. 10

¹⁷ Handbuch Medien: Offene Kanäle, Ulrich Kamp, S. 181

menbedingungen eines jeden Bundeslandes sind somit auch dafür verantwortlich, in welche Richtung und mit welcher Ausprägung sich ein Offener Kanal entwickelt.¹⁸ Jede Person, die im jeweiligen Bundesland wohnt oder arbeitet, ist nutzungsberechtigt.¹⁹

Folgende drei Ziele lassen sich für die praktische Umsetzung von Offenen Kanälen aus dem Regelwerk herausfiltern:

- 1.** Die Qualifizierung der lokalen Kommunikation
- 2.** Die soziale Qualifizierung von Bürgern
- 3.** Die kommunikative Qualifizierung von Rezipienten²⁰

Je nachdem von welchem Standpunkt aus man das Konzept des Offenen Kanals beleuchtet, steht eins der genannten Ziele im Vordergrund.

So liegt bei der Qualifizierung der lokalen Kommunikation die Konzentration auf der regionalen und kommunalen Information der Bürger durch andere Bürger. Es wollen Meinungen kundgetan und die Region unterhalten werden.

Liegt das Hauptaugenmerk auf der sozialen Qualifizierung von Bürgern, steht nicht mehr die Botschaft im Vordergrund, sondern „der Aspekt des sozialen Lernens“²¹. Wichtig sind hier die Erfahrungen, die während eines Projektes im sozialen Umgang mit anderen Menschen gemacht werden; das Zusammenkommen und Miteinanderumgehen in der Gruppe ist also vorrangig.

¹⁸ Schriftenreihe der HAM, Bürgermedium Offener Kanal, der Offene Kanal Hamburg aus Sicht von Nutzern und Experten, eine empirische Studie von Ottfried Jarren, Thorsten Grothe, Roy Müller, S. 13

¹⁹ Handbuch Medien: Offene Kanäle, Ulrich Kamp, S. 181, linke Spalte

²⁰ Handbuch Medien: Offene Kanäle, Ulrich Kamp, S. 183

²¹ Handbuch Medien: Offene Kanäle, Ulrich Kamp, S. 184

Fokussiert man schlussendlich die kommunikative Qualifizierung der Rezipienten, bedeutet dies, dass den Menschen beziehungsweise den Konsumenten von Massenmedien ebendiese näher gebracht werden sollen. Das Verständnis gegenüber einer Fernsehproduktion soll aufgebaut oder verbessert werden. Die ehemaligen Rezipienten werden nun zu Produzenten und sehen beispielsweise, „welche Manipulationsmöglichkeiten [...] bei der Aufzeichnung, beim Schnitt [...] oder der Nachvertonung“²² möglich sind. Das Urteilsvermögen der Bürger in Bezug auf die Medien wird also geschärft. Es soll den Menschen bewusst gemacht werden, dass auch der Glanz des Fernsehens „produziert“ ist und nicht (immer) dem realen Leben entspricht.

Eine weitere Erwartung, welche die Expertengruppe ursprünglich an dieses Ziel hatte, war die, dass „[...] Wirkungen auf das Massenmedium Fernsehen eintreten zugunsten zuschauernäherer, zielgruppenorientierter, partizipatorisch konzipierter Anstalts-Programme“²³. Erstaunlich hierbei ist, wie stark sich damals schon die kritische Haltung gegenüber dem Programm des privaten Rundfunks abzeichnet. Des Weiteren ist es erwähnenswert, dass die Offenen Kanäle nicht nur das technische Equipment stellen sondern auch bei journalistischen Fragen sowie Fragen zum darstellerischen Bereich zur Verfügung stehen.²⁴ Dadurch dass die Beiträge der Produzenten keinerlei Zensur unterliegen,²⁵ stellt sich dieser Fakt als besondere Herausforderung dar. Für die Mitarbeiter ist es schwierig zu definieren, wann

²² Handbuch Medien: Offene Kanäle, Ulrich Kamp, S. 17

²³ Handbuch Medien: Offene Kanäle, Ulrich Kamp, S.184

²⁴ Dialog: Bürgermedien, Freie Meinungsäußerung und Medienkompetenz – Bürgerrundfunk in Deutschland, Brigitte Kertscher, S. 1

²⁵ Dialog: Bürgermedien, Freie Meinungsäußerung und Medienkompetenz – Bürgerrundfunk in Deutschland, Brigitte Kertscher, S. 1

die Unterstützung eine Hilfestellung ist und wann ein inhaltlicher Eingriff in den Beitrag vorliegt. Daraus folgt die Frage, wie viel Unterstützung von Nöten ist um ein Endergebnis zu produzieren, das von den Endkonsumenten auch geschaut werden möchte.

An dieser Stelle wird erneut deutlich, dass „die Offenen Kanäle keinem Programmauftrag folgen sondern sich dadurch legitimieren, dass sie ein Bürgermedium sind“²⁶. Was bedeutet, dass der Grat zwischen den Fragen: „Muss ein Beitrag in einem Bürgermedium perfekt ausgearbeitet sein?“ und „Was erwartet man als Rezipient?“ ziemlich schmal ist.

Zusammengefasst bedeutet es, dass der Offene Kanal

erstens ein Sprachrohr von Bürgern für Bürger darstellt,

zweitens Randgruppen und benachteiligte Personen begünstigt und diese ermutigt, Erfahrungen im sozialen Austausch zu sammeln.

Drittens wird deutlich, dass die Produktion sowie der aktive Einblick des Rezipienten in eine Fernsehproduktion bei den Produzenten die größte Rolle spielt.²⁷

Finanziert werden die Offenen Kanäle aus den allgemeinen Rundfunkgebühren, die der jeweiligen Landesmedienanstalt zustehen.²⁸

Aus diesem Grund ist die kommerzielle Werbung im Offenen Kanal laut Regelwerk verboten.²⁹

²⁶ Dialog: Bürgermedien, Freie Meinungsäußerung und Medienkompetenz – Bügerrundfunk in Deutschland, Brigitte Kertscher, S. 1

²⁷ Handbuch Medien: Offene Kanäle, Ulrich Kamp, S. 181

²⁸ Handbuch Medien: Offene Kanäle, Ulrich Kamp, S. 10

²⁹ Handbuch Medien: Offene Kanäle, Ulrich Kamp, S. 181

Allgemein gilt, dass die aufgezeichneten Beiträge bei der Ausstrahlung dem sogenannten „Prinzip der Schlange“ folgen. Dieses meint, dass derjenige, der zuerst produziert hat, auch das Recht hat zuerst zu senden.³⁰ Hier spiegelt sich der vorherrschende Gedanke der Gleichberechtigung wider.

Abschließend ist der viel diskutierte Begriff „Medienkompetenz“ für das Thema des Bildungsauftrages der Offenen Kanäle von großer Bedeutung. Wie oben erwähnt, wird das dritte Ziel der kommunikativen Qualifizierung von Rezipienten von den Produzenten so interpretiert, sich technisch weiterzubilden und aufklären zu lassen.

Brigitte Kertscher schreibt in ihrer Veröffentlichung *Dialog: Bürgermedien*, dass derjenige, der „nicht auf dem jeweiligen Mindestlevel medienkompetent ist, [...] in der Gesellschaft zurückbleibt“³¹. Was bedeutet, dass es für die Gesellschaft unabdingbar ist sich medial weiterzubilden. Des Weiteren bemerkt Kertscher, dass „soziale Stellung und sachkundige Nutzung der stetig weiterentwickelten Medien [...] in zunehmenden Maße [...] miteinander verknüpft werden“³². Das Ergebnis dieser Wandlung ist, dass „die Zugänglichkeit der Medien Voraussetzung für die Entwicklung der modernen Gesellschaft [...]“³³ ist. Und genau an diesem Punkt haken die Offenen Kanäle ein, denn von diesem Zustand ausgehend „muss die Möglichkeit des

³⁰ Handbuch Medien: Offene Kanäle, Ulrich Kamp, S. 182

³¹ Dialog: Bürgermedien, Freie Meinungsäußerung und Medienkompetenz – Bürgerrundfunk in Deutschland, Brigitte Kertscher, S. 11

³² Dialog: Bürgermedien, Freie Meinungsäußerung und Medienkompetenz – Bürgerrundfunk in Deutschland, Brigitte Kertscher, S. 11

³³ Dialog: Bürgermedien, Freie Meinungsäußerung und Medienkompetenz – Bürgerrundfunk in Deutschland, Brigitte Kertscher, S. 11

kompetenten Umgangs mit [...] (den Medien) gegeben sein“³⁴. Dies gilt jedoch nicht nur für die technische Umsetzung, die bei den Produzenten so oft im Vordergrund steht, sondern auch für den Umgang mit dem stetig wachsenden inhaltlichen Angebot. So wie mit jeder neuen Erfindung erst einmal der Umgang erforscht und erlernt werden muss, wird es häufig unterschätzt auch den Umgang mit den Medien zu erlernen. Oder besser gesagt mit dem Angebot der Medien. Wichtig für den Medienkonsumenten, der jeder von uns heutzutage zwangsläufig ist, ist also „die Bedeutung des Inhaltlichen, die Wertung der Medienangebote und die Befähigung zur Auswahl“³⁵. Letzteres ist die zusätzliche Interpretation der Offenen Kanäle des oben genannten dritten Ziels der Expertengruppe Offener Kanal, nämlich dem Ziel der kommunikativen Qualifizierung der Rezipienten. Auch Tanja Zimmer, die Produktionsleiterin des Offenen Kanals Flensburg ist sich sicher, dass die meisten Produzenten unter der kommunikativen Qualifizierung der Rezipienten das Kennenlernen einer Produktion und den technischen Umgang mit dem Filmequipment verstehen.³⁶ Der Umgang mit dem reizüberflutendem Angebot und dessen Wertung und Selektion für einen selbst wird schon seit 1995 im Offenen Kanal Flensburg gelehrt. Dessen Wichtigkeit wird jedoch von den meisten Menschen bis heute unterschätzt.³⁷³⁸

³⁴ Dialog: Bürgermedien, Freie Meinungsäußerung und Medienkompetenz – Bürgerrundfunk in Deutschland, Brigitte Kertscher, S. 11

³⁵ Dialog: Bürgermedien, Freie Meinungsäußerung und Medienkompetenz – Bürgerrundfunk in Deutschland, Brigitte Kertscher, S. 14

³⁶ Interview mit Tanja Zimmer vom 26.05.2011

³⁷ Interview mit Tanja Zimmer vom 26.05.2011

³⁸ Passantenumfrage am 03.06.2011 in der Flensburger Innenstadt

So schreibt Kertscher weiterhin, „dass es nicht darauf ankommt, immer auf dem neusten Stand der Entwicklung zu stehen und „mediale Omnipotenz“ zu entwickeln (die ohnehin fiktiv bleiben muss), sondern die Medien zweckgerichtet entsprechend den eigenen Bedürfnissen und den Erfordernissen (von beruflichen Aufgaben bis zur Freizeit und Unterhaltung) – also selektiv – einzusetzen“³⁹. Ein wichtiger Punkt hierbei ist die Trennung von Beruf und Freizeit, welche gerade bei Jugendlichen und jungen Erwachsenen nicht mehr stattfindet. Die Fähigkeit ebendieser Trennung der beiden Bereiche wurde und wird beispielsweise in Schulen immer noch nicht gelehrt.⁴⁰

2.2 Konzept des Offenen Kanals

2.2.1 Angebot und Ziele des Offenen Kanals

Beim Offenen Kanal haben die Bürger einer Region die Möglichkeit Beiträge für Radio und Fernsehen zu produzieren.⁴¹ Das Equipment, sowie die Hilfestellung zur Anwendung und anderen Abläufen geschieht durch den Offene Kanal kostenfrei.⁴² Diese Produktion unterliegt den Regeln für den Offenen Kanal. Auf dem Papier hat sich dieses Regelwerk bis heute nicht geändert, in der Praxis sieht es jedoch ganz anders aus. Mit den Jahren und durch die rasante technische und mediale Entwicklung bedingt, hat jedes Bundesland für seine Offenen Kanäle eigene Schwerpunkte gesetzt und eigene Regelungen

³⁹ Dialog: Bürgermedien, Freie Meinungsäußerung und Medienkompetenz – Bürgerrundfunk in Deutschland, Brigitte Kertscher, S. 15

⁴⁰ Interview mit Tanja Zimmer vom 26.05.2011

⁴¹ Schriftenreihe der HAM, Bürgermedium Offener Kanal, der Offene Kanal Hamburg aus Sicht von Nutzern und Experten, eine empirische Studie von Ottfried Jarren, Thorsten Grothe, Roy Müller, S. 9

⁴² Handbuch Medien: Offene Kanäle, Ulrich Kamp, S. 181

entwickelt. So ist es beispielsweise der Fall, dass einige Offene Kanäle sich heute mit Sponsoring finanzieren, obwohl dies in den Regeln der Expertengruppe von 1980 untersagt wurde.

Eine praktische Weiterentwicklung der Regeln ist also notwendig geworden und zwar nicht nur der eigenen Ansprüche der Offenen Kanäle wegen sondern auch aufgrund des starken Drucks von Außen. Denn das Bild „jeder darf sich mal austoben und dafür werden GEZ Gebühren bezahlt“⁴³, ist bei Kritikern nach wie vor vertreten. Diesen Vorurteilen müssen sich die Offenen Kanäle ständig ausgesetzt sehen und können dem nur entgegenwirken, indem sie sich mit den Neuerungen der Zeit weiterentwickeln. Des Weiteren geben die Offenen Kanäle nicht nur im Bereich der Technik und der Produktion ihr Know How weiter, sondern verstehen sich auch als Bildungsanstalt.

Der Offene Kanal Flensburg bietet eine große Bandbreite an Seminaren, Workshops und Kursen an, die den Umgang mit dem Medienangebot vermitteln sollen. Dabei wird jede Zielgruppe angesprochen und die einzelnen Angebotsformen auch exakt auf diese zugeschnitten. Aufgeklärt wird sowohl über technische Arbeitsweisen bei der Schnitttechnik oder den Kameraeinstellungen. Aber auch und vor allem werden beispielsweise Seminare zum Thema der journalistischen Darstellungsform oder dem selektiven Umgang mit den Medieninhalten angeboten.

⁴³ Interview mit Tanja Zimmer vom 26.05.2011

2.2.2 Ausgangssituation vor Ort

Bei den Offenen Kanälen wird zwischen anstaltseigenen und anstaltsfreien Offenen Kanälen unterschieden.

Bei den anstaltsfreien ist der Offene Kanal „in der Trägerschaft Dritter“⁴⁴, welche meistens eingetragene, gemeinnützige Vereine sind. Hier reichen die Haushaltsmittel nicht aus, um einen Offenen Kanal zu finanzieren. Die Gelder der Landesmedienanstalt werden also nur dann eingesetzt, wenn die Unterstützung Dritter gewährleistet ist.⁴⁵

Bei den anstaltseigenen Offenen Kanälen passiert die Finanzierung ausschließlich durch die jeweilige zuständige Landesmedienanstalt, welche bei dem Offenen Kanal Flensburg wie oben genannt, der Offene Kanal Schleswig-Holstein selbst ist.

In dem *Handbuch Medien: Offene Kanäle* der Bundeszentrale für Politische Bildung heißt es, dass die Offenen Kanäle in Schleswig-Holstein „als lokaler Bürgerfunk natürlichen und juristischen Personen sowie Personenzusammenschlüssen Gelegenheit (geben), eigene Beiträge lokal oder regional zu verbreiten“⁴⁶. Somit liegt die Hauptintention bei dem ersten Ziel der Expertengruppe, nämlich dem Ziel der Qualifizierung der lokalen Kommunikation. Jedoch gilt dies nach Aussage von Frau Zimmer nur für den Schwerpunkt der Produzenten. Diesen ist es vornehmlich wichtig, über eine Veranstaltung oder ein Ereignis ihrer Region aufmerksam zu machen und zu informieren.

Der Offene Kanal Flensburg selbst folgt dem dritten Ziel. Das Bestreben ist es, den Bürgern sowohl technische aber vor allem auch inhaltliche Aufklärung zu bieten. Dieses äußert sich momentan in ei-

⁴⁴ Handbuch Medien: Offene Kanäle, Ulrich Kamp, S. 10

⁴⁵ Handbuch Medien: Offene Kanäle, Ulrich Kamp, S. 10

⁴⁶ Handbuch Medien: Offene Kanäle, Ulrich Kamp, Beiheft

nem großen Angebot an Seminaren zu dem Thema Medienkompetenz. Die Zielgruppen sind gut verteilt und so werden neben der Spezialzielgruppe des Offenen Kanals Flensburg, den Multiplikatoren, auch verstärkt Jugendliche und Schüler, aber auch Senioren angesprochen. Jeder hat also hier die Chance den Umgang mit Medien und dessen Angebot zu lernen.

„Der Ansatz ist „learning by doing“⁴⁷. Durch das eigene Tun zu erfahren, wie vermittele ich bestimmte Aussagen und wie kann ich Aussagen bekräftigen, indem ich beispielsweise mit der Kameraeinstellung spiele. „Wie habe ich grundsätzlich Einfluss auf das, was beim Zuschauer ankommt, wenn ich als Produzent hinter der Kamera stehe“, so Frau Zimmer. Im weiteren Verlauf hebt sie jedoch stark hervor, dass „die Balance zwischen inhaltlicher und technischer Aufklärung [...] auf Seiten der Produzenten größtenteils nicht vorhanden (ist).“ Wie im vorherigen Kapitel schon angedeutet, denken die meisten Produzenten, dass mit dem Abfilmen ihrer Veranstaltung die Arbeit getan ist. Es fehlt ihnen das Bewusstsein, dass außerhalb der Technik noch sehr viel mehr dazugehört einen Beitrag zu produzieren. Frau Zimmer würde sich wünschen, dass die Menschen beispielsweise bei der Schnittplatzeinweisung einfach mal nachfragen, was denn journalistisch oder darstellerisch möglich und nötig ist, um einen Beitrag attraktiv für den Rezipienten zu gestalten. Oder einfach nur das Interesse oder auch das Bewusstsein zeigen, dass auch der inhaltliche Part bei einer Produktion fester Bestandteil ist. Vielleicht nicht einmal mit der Intention, es in die eigene Arbeit mit aufzunehmen, sondern nur aus dem Grund sich weiterzubilden und aufklären zu lassen.

⁴⁷ Interview mit Tanja Zimmer vom 26.05.2011

Darüber hinaus spricht sie die rasante Wandlung der Medien und deren Rolle in der Erziehung an, welche das Lehren von Medienkompetenz an Schulen eigentlich unabdingbar macht.

Dadurch, dass der Zugang zu den Medien in den letzten Jahren so einfach geworden ist, haben die Jugendlichen, laut Frau Zimmer, eine Art „Urvertrauen“ entwickelt, welches sie die Konsequenzen ihres Handelns nicht mehr begreifen lässt. Sie hinterfragen nicht mehr, was ihnen im Fernsehen oder im Internet gezeigt wird und nehmen alles als selbstverständlich hin.

Das Problem an der Sache ist, dass die Jugendlichen mit den Medien dann ganz alleine sind. Die Eltern sind aufgrund der rasanten Entwicklung nicht mehr in der Lage ihren Kindern den Umgang mit dem technischen Angebot beizubringen, da sie teilweise selbst überfordert mit dem Angebot sind. Oder aber weil sie selbst gar nichts über bestimmte Neuerungen wissen, da sie es für sich persönlich auch nicht als wichtig erachten. So stellt Frau Zimmer während ihrer Arbeit fest, dass Eltern oft denken: „Ich brauche [...] (die Medienvielfalt) beruflich nicht. Ich habe vielleicht einen Internetanschluss und für den Hausgebrauch eine Email schreiben kann ich [...]“⁴⁸. Es wird also nicht weitergedacht und bemerkt, dass ihre Kinder sehr wohl jeden Tag mit dem Angebot konfrontiert werden. So versuchen die Kinder sich den Umgang selbst beizubringen, was nahezu unmöglich ist, da sie die Weitsicht noch gar nicht besitzen, um die Konsequenzen abwägen zu können.

Aus diesen Gründen ist es wichtig Medienkompetenz zu vermitteln und zwar nicht nur an die Zielgruppe der Jugendlichen beispielsweise

⁴⁸ Interview mit Tanja Zimmer vom 26.05.2011

se. Genauso wichtig ist es, dass die Eltern und Multiplikatoren, also die Lehrer, Medienkompetenz erlernen, um diese weitergeben zu können. Zielgruppe ist eigentlich jeder heutzutage, so auch die Senioren, da sich niemand mehr den Medien entziehen kann. Wir sind tagtäglich von Medien umgeben, ob wir es merken oder nicht.

Deswegen hat der Offene Kanal ein großes Seminarangebot aufzuweisen, welches sich auf der Webseite des Offenen Kanals Flensburg finden lässt.

Im Zuge dieses Seminarangebotes bietet der Offene Kanal zwei Definitionen zum Thema Medienkompetenz.

„Definition A:

Aus Sicht der Wissenschaft.

*Im Offenen Kanal gilt das Prinzip der aktiven Mitarbeit – wer Medien selbst („Partizipationskonzept“) produziert, nimmt Medien auch anders wahr („Rezeptionskonzept“) und versteht Medien besser („Sachkompetenz“). Alles zusammen bezeichnet man als Medienkompetenz.“*⁴⁹

„Definition B:

Aus Sicht des Medienrechts.

*Der Offene Kanal wird aus Rundfunkgebühren finanziert, und aus Rundfunkgebühren muss auch Rundfunk werden. Mit einer Ausnahme: Maßnahmen zur Vermittlung von Medienkompetenz – das ist in den Vorschriften, die die Verwendung der Rundfunkgebühren regeln, ausdrücklich vorgesehen.“*⁵⁰

⁴⁹ Eigene Webseitenanalyse vom 25.05.2011

⁵⁰ Eigene Webseitenanalyse vom 25.05.2011

Bei Definition A fällt auf, dass der individuelle Umgang mit Medieninhalten und die dazugehörige individuelle Reflexion fehlen. In der theoretischen Definition ist Medienkompetenz also nicht ausreichend erklärt. Jedoch zeigt das Seminarangebot, dass das Verständnis von Medienkompetenz in der Praxis facettenreicher und genauer ist (siehe Kapitel 2.2.4).

2.2.2.1 Die Webseite⁵¹

Insgesamt gesehen klärt die Webseite sehr gut über das Konzept, das Seminarangebot und das Programm auf. Zeitweise wirkt sie etwas überladen an Information und man muss sich einen kompletten Text durchlesen um an eine kleine Information zu gelangen, jedoch ist sie inhaltlich sehr gut aufgearbeitet. Sie bietet sehr einfache und sachliche Erklärungen für die Medienkompetenz an sich und erläutert so, dass es jeder versteht, warum es wichtig ist diese zu erlernen. Auch die Farben und das Design sind an die Corporate Identity des Offenen Kanals Schleswig-Holstein angepasst und geben zusammen mit den Offenen Kanälen in Lübeck, Heide und Kiel ein gemeinschaftliches, zusammengehöriges Bild ab.

Weiterhin klärt die Webseite auch gut über Kooperationen und anstehende Projekte, Workshops sowie Wettbewerbe und Ausstellungen auf. Jeder der sechs Hauptreiter (informieren, sehen, lernen, machen, finden, kommunizieren) am oberen Rand ist noch einmal unterteilt in eine für jeden Reiter individuell zugeschnittene Navigationsleiste. Diese gibt schnell Aufschluss über das, was sich unter dem jeweiligen Reiter verbirgt. An einigen Punkten befindet sich die Web-

⁵¹ Eigene Webseitenanalyse vom 25.05.2011

seite noch im Aufbau und benötigt insgesamt gesehen auch auf die Aktualität bezogen noch etwas mehr Pflege. Um den Charakter eines „Medienfortbildungszentrums“ zu wahren, ist es wichtig die Homepage regelmäßig zu pflegen und immer auf dem neusten Stand zu halten. Wer den Umgang mit Medien verkauft, muss dem Konsumenten auch zeigen, dass er selbst als Anbieter kompetent ist.

2.2.3 Die Produktion

Von der virtuellen Welt zur praktischen Umsetzung. Wie läuft eine Produktion ab?

Die Bürger kommen mit dem Wunsch auf den Offenen Kanal zu, beispielsweise eine Veranstaltung aus ihrer Region aufnehmen zu wollen.

Nun gibt es zwei Möglichkeiten. Bei der ersten Möglichkeit wird am Telefon ein gemeinsamer Termin vereinbart, an dem die Person, die auch später aktiv filmen will, eine technische Einweisung bekommt. Diese Einweisung ist keine Pflicht, jedoch sind die auszuleihenden Kameras professionelle Modelle, mit denen man ohne vorherige Einweisung gar nicht umgehen kann. Bei dieser ersten privaten „Lehrstunde“ wird dem Filmenden gezeigt, wie man bestimmte Kameraeinstellungen hervorruft, wie man das Gerät am besten hält und wo man ein externes Mikrofon anschließt. Nach ungefähr einer Stunde ist die Einweisung vorbei und der angehende Produzent nimmt das Equipment mit nach Hause, um zu üben und sein Anliegen aufzuzeichnen. Ist die Aufzeichnung beendet, kommt er mit dem gesamten Material zurück zum Offenen Kanal und bekommt erneut eine Einweisung. Dieses Mal dreht sich alles um das Handwerk des

Schneidens. Dem Produzenten wird gezeigt, wie die Schnitttechnik funktioniert und er hat die Möglichkeit sofort „am Lebenden Objekt zu üben“⁵² und sein eigenes Material seinen Wünschen entsprechend zu bearbeiten. Geschnitten wird heutzutage fast ausschließlich am Computer. Auch hierfür nehmen sich die Mitarbeiter eine Stunde Zeit und weisen jeden Produzenten persönlich ein. Da das Schneiden ein sehr arbeitsintensives Feld ist, bei dem ständig etwas dazugelernt werden kann, bietet der Offene Kanal auch in diesem Bereich Kurse an, die jedem Bürger kostenfrei zur Verfügung stehen.

„Inhalt einer solchen Einweisung ist beispielsweise das Nachvertönen, das Einspielen von Musik und Geräuschen, sowie das Einblenden von Text“⁵³, erläutert Frau Zimmer. Wichtig ist ihr aber vor allem, dass die Produzenten selbstständig arbeiten. Ihnen wird kurz erklärt, wie was funktioniert und „danach muss man selber zurechtkommen“, wie sie es nennt. Sie betont aber noch einmal, dass bei Fragen und Anliegen aller Art immer jemand vom Team vor Ort ist und gerne zur Seite steht. Ist das Werk dann fertig beschnitten, kann es zur Sendung angemeldet werden.

Hier folgt der Offene Kanal Flensburg weiterhin dem Prinzip der Schlange oder wie Tanja Zimmer es nennt „Wer zuerst kommt, malt zuerst“.

Wird nun einen Schritt weitergedacht, fällt auf, dass genau an dem letzten Punkt des Schneidens die kreative Arbeit beginnt, von der Frau Zimmer im Vorwege schon einmal gesprochen hat. Nämlich die journalistische Arbeit der Aufarbeitung und der Darstellung. So be-

⁵² Interview mit Tanja Zimmer vom 26.05.2011

⁵³ Interview mit Tanja Zimmer vom 26.05.2011

merkt Frau Zimmer nicht gerade selten, dass „(Die Menschen) [...] nicht den nötigen Abstand oder besser gesagt den professionellen Abstand (haben, um) zu sagen: „journalistisch muss ich mich noch weiterentwickeln.“⁵⁴ Sie weiß, dass „die meisten Menschen glauben, in dem Moment, in dem ich die Technik beherrsche, kann ich alles“⁵⁵. Da die Beiträge nicht zensiert werden dürfen, haben Frau Zimmer und ihr Team nur beschränkte Möglichkeiten, die Produzenten darauf aufmerksam zu machen, ob und wo man journalistisch noch etwas verändern kann.

Möglichkeit Nummer zwei besteht darin, ein mobiles Fernsehstudio zu mieten. Dieses ermöglicht den Produzenten ihr Anliegen live aufzuzeichnen und noch vor Ort zu beschneiden. Das bedeutet, dass sich insgesamt drei Leute bereit erklären müssen zu filmen. Ein Mitarbeiter des Offenen Kanals ist ebenfalls dabei um das Schneiden vor Ort zu übernehmen. So wird aus drei Kameras direkt im mobilen Fernsehstudio ein Beitrag zusammengeschnitten. Am Ende des „Filmtages“ halten die Produzenten ihr fertiges Produkt in den Händen. Sie müssen also nicht noch einmal zum Offenen Kanal gehen, um es dort zu schneiden.

2.2.4 Das Seminarangebot

Der Offene Kanal in seiner Form als Bildungsanstalt bietet insgesamt 30 Seminare für 6 Zielgruppen an. Die einzelnen Zielgruppen umfassen Schulen, Lehrkräfte und Multiplikatoren, Schüler und Jugendliche, Schulklassen und Jugendgruppen, Eltern und abschließend Senioren. Somit ist eine große Bandbreite an zu erreichenden Personen

⁵⁴ Interview mit Tanja Zimmer vom 26.05.2011

⁵⁵ Interview mit Tanja Zimmer vom 26.05.2011

abgedeckt worden. Die Konzentration liegt auch hier auf der Vermittlung von Medienkompetenz gegenüber Jugendlichen und Schülern. Die einzelnen Angebote sind unterteilt in Audiovisuelle Medien (TV und Radio), Multi Media (Web, Handy, Games) und einer Kombination aus beiden Bereichen. Die Aufzählung jedes einzelnen Angebots würde den Rahmen dieser Arbeit sprengen, deswegen wurden vier Beispiele ausgewählt, um die Vermittlung von Medienkompetenz in der Praxis zu verdeutlichen.

Für die Zielgruppe der Schulen wird ein „Schulmedientag“ angeboten. Dieser vermittelt vormittags Inhalte, wie Web 2.0, Onlinespiele und Jugendschutz, Handynutzung, Datenschutz und Persönlichkeitsrechte, Medienkonsum und Medien an Schüler. Nachmittags informieren die Zuständigen des Offenen Kanals die Lehrer über die genannten Inhalte. Abends bekommen dann auch die Eltern noch einmal die Chance, sich zu informieren und Tipps für den Umgang des Medien-nutzungsverhaltens ihrer Kinder zu erhalten.

Das zweite Beispiel trägt den Namen „Quickstepp“ und ist für die Zielgruppe der Lehrkräfte und Multiplikatoren gedacht. Die Inhalte schaffen einen Überblick über Möglichkeiten aktiver Medienarbeit. Statt der technischen Produktion steht hier die inhaltliche Bewältigung im Vordergrund. Hier wird deutlich, dass der Umgang mit Medieninhalten, auch wenn in der Definition des Offenen Kanals nicht eindeutig erkennbar, in der Praxis sehr wohl vorhanden ist. Es wird also der Frage auf den Grund gegangen, wie man den Umgang mit Medieninhalten anhand von Dingen lehrt, die bereits vor Ort sind. Kurz gesagt, es wird der Umgang mit Medien im Alltag geprobt.

Das Angebot des „Webtreffs für Eltern“ birgt schon in seinem Namen die anzusprechende Zielgruppe. Hier werden Eltern über die Eigenheiten, Möglichkeiten und Gefahren des Internets, insbesondere des Web 2.0 aufgeklärt. Es werden Inhalte wie Kinder und Jugendliche in sozialen Netzwerken, neue Medienangebote und Online- und Computerspiele besprochen. Dieses Angebot zielt besonders auf die Kompetenzerweiterung der Eltern ab, damit diese bestimmte Umgangsformen mit Neuerungen oder die generellen Nutzung von Medieninhalten an ihre Kinder weitergeben können.

Die letzte beispielhafte Gruppe ist die der Senioren. Für diese gibt es ein Angebot mit dem Namen SeniorenNet Kiel. Dort lernen die Teilnehmer in vielfältigen Angeboten elektronische Medien als selbstverständliches Instrument in ihrem Alltag zu nutzen. Es wird zum Beispiel eine eigene Homepage erstellt. Computer Kurse werden genauso wie PowerPoint Kurse gemeinsam in der Gruppe absolviert. Hier ist es den Senioren besonders wichtig auch voneinander zu lernen. Das „Credo“ der Gruppe lautet „Von Senioren für Senioren“.⁵⁶

3 Entwurf einer Idealkonzeption: Fragebögen und Versuch einer Definition von Medienkompetenz

3.1 Fragebögen und Interviews

Um einen genauen Überblick darüber zu bekommen, wie der Offene Kanal Flensburg momentan strukturiert ist und wie die Mitarbeiter dessen Aufgabe definiert sehen, sind Interviews und Befragungen von Nutzen. Von Bedeutung sind hier zwei zu befragende Gruppen,

⁵⁶ Eigene Webseitenanalyse vom 25.05.2011

die ein umfassendes Bild sowohl über die interne als auch über die externe Sicht auf den Offenen Kanal Flensburg liefern.

Um einen Einblick in die Interna zu gelangen, ist niemand besser geeignet als die Mitarbeiter selbst. Für die externe Sicht ist eine Passantenbefragung in Flensburg durchzuführen um den allgemeinen Bekanntheitsgrad und die Akzeptanz des dortigen Offenen Kanals herauszufinden. Für die Befragung wurden zwei verschiedene Fragebögen erstellt (siehe Anhang) und ausgewertet.

3.1.1 Die Befragungsart

3.1.1.1 Konzeption der Fragebögen

Die Befragung der Passanten wurde am 03.06.2011 in der größten Einkaufsstraße Flensburgs, der „Großen Straße“ durchgeführt. Befragt wurden Personen von 14 bis 60 Jahren, mit der Begründung, dass Medien heutzutage Teil jeden Lebens jeder Altersgruppe sind. Dabei wurde weder die schulische Bildung oder das Geschlecht, noch die finanzielle Situation der Passanten berücksichtigt. Das einzige Kriterium, das von Bedeutung war, war das der Herkunft. Um den Bekanntheitsgrad und die Akzeptanz des Offenen Kanals messen zu können, war es wichtig, dass die befragten Personen aus Flensburg beziehungsweise aus dem Sendegebiet des Offenen Kanals Flensburg kommen. Für eine qualitative Umfrage war der Umfang von 30 befragten Personen ausreichend, da der Fokus auf dem Inhalt und nicht auf der Masse der Antworten lag. Es sollte anhand der Inhalte der Aussagen der befragten Personen eine Übersicht erstellt und Hypothesen geprüft und gegebenenfalls bewiesen werden.

Den Passanten wurden neun Fragen gestellt. Sieben Fragen gaben die Möglichkeit einer Mehrfachantwort zum Ankreuzen, die letzten zwei bedingten die eigenständige Formulierung einer Antwort.

Die ersten fünf Fragen der Passantenumfrage beinhalteten den Bekanntheitsgrad des Offenen Kanals Flensburg, dessen Nutzerschaft das Interesse an einer Nutzung des Programms und die Frage nach der persönlichen Intention hinter einer hypothetischen Produktion. Die sechste Frage leitete über zu dem Thema Medienkompetenz. Hier galt es herauszufinden, was die Menschen unter Medienkompetenz verstehen, für wie wichtig sie das Erlernen dieser erachten und warum der Offene Kanal Flensburg und dessen Seminarangebot sich (erst einmal hypothetisch) keiner großen Bekanntheit erfreuen.

Den neun Mitarbeitern des Offenen Kanals Flensburg wurden neun Fragebögen per Post übersandt, vor Ort ausgefüllt und zurückgeschickt. Diese beinhalteten acht Fragen, von denen dieses Mal nur eine Frage eine eigenständige Antwort voraussetzte.

Eingeleitet wird der Fragebogen mit den Zielen und Hauptintentionen des Offenen Kanals und den der Produzenten aus Sicht der Mitarbeiter. Weiterhin steht das Thema Medienkompetenz bezogen auf den Offenen Kanal und die Wichtigkeit des Erlernens im Vordergrund. Frage fünf befasst sich aus Sicht der Mitarbeiter mit dem Grund, warum die Produzenten die journalistische Aufarbeitung ihrer Beiträge für nicht zwingend notwendig halten.

Weiterhin geht es bei der nächsten Frage um den Grund für den (auch hier erst einmal hypothetischen) mangelnden Bekanntheitsgrad des Seminarangebotes des Offenen Kanals.

Bei den Fragen sieben und acht gilt es herauszufinden, wie die Mitarbeiter selbst das Konzept des Offenen Kanals aus interner Sicht bewerten und ob es einen konkreten Punkt gäbe, der in Ihren Augen verbesserungswürdig sei.

Zu Beginn der Befragungen und Interviews war noch die dritte Gruppe der Nutzer vorgesehen. Frau Zimmer war jedoch nicht damit einverstanden auch eine Befragung mit den Produzenten durchführen zu lassen.

3.1.1.2 Das Experteninterview mit der Produktionsleiterin des Offenen Kanal Flensburg

Am 26. Mai um 14 Uhr fand das Experteninterview mit Tanja Zimmer, der Produktionsleiterin des Offenen Kanals Flensburg statt. In einem Studio des Offenen Kanals wurde Frau Zimmer durch die Autorin eine Stunde interviewt und das Gesprochene auf Band mitgeschnitten. Bei einem Experteninterview tritt die zu befragende Person biografisch in den Hintergrund und es ist nur ihr Fachwissen über einen bestimmten Bereich gefragt.⁵⁷ In diesem Fall ist das Wissen über den Offenen Kanal Flensburg von Bedeutung.

Weiterhin ist die jahrelange Erfahrung die Weitergabe von Medienkompetenz betreffend sowie die interne Sicht, die Frau Zimmer mitbringt, von großer Wichtigkeit für die Erstellung dieser Arbeit. Da das Transkribieren bei einem Experteninterview nicht nötig ist, wurden die Aussagen von Frau Zimmer paraphrasiert und befinden sich im Anhang.⁵⁸ Das Interview diente vor allem dazu einen internen Einblick in die Institution und die dazugehörigen Abläufe zu erlangen.

⁵⁷ Qualitative Medienforschung, Lothar Mikos, Claudia Wegener, S. 262

⁵⁸ Qualitative Medienforschung, Lothar Mikos, Claudia Wegener, S. 265

Weiterhin wurden die Aussagen während der gesamten Arbeit zur Hypothesenprüfung und -belegung eingesetzt, welches Hauptaufgabe eines solchen Interviewtypes sein kann.⁵⁹

3.1.2 Ziele und Absichten der Fragebögen

Ziel der Passantenumfrage und des Mitarbeiterfragebogens ist es, noch einmal beispielhaft die Unterschiede der Wahrnehmung des Offenen Kanals darzustellen. Die These, dass der Offene Kanal seinen Schwerpunkt sowohl auf die technische, als auch auf die inhaltliche Aufklärung von Medien legt und dass der Bürger sich weitestgehend nur auf die technische Aufklärung beziehungsweise auf die Information seiner Region konzentriert, soll belegt werden. So wird auch deutlich, dass Sender und Empfänger, durch die unterschiedlichen Ziele bedingt, gar nicht miteinander kommunizieren können. Weiterhin ist es von Bedeutung auch einen Beleg dafür zu finden, dass die Wichtigkeit von Medienkompetenz in der Gesellschaft immer noch unterschätzt wird, beziehungsweise die Definition des Begriffes noch nicht einmal allgemein bekannt ist. Es gilt deutlich zu machen, wie bekannt und respektiert das Angebot des Offenen Kanals bei den Bürgern ist.

Die Funktion der Fragebögen ist also, herauszufinden, was von der beabsichtigten Übermittlung zum Thema Medienkompetenz bei den Bürgern ankommt. Und zwar nicht nur bei den Produzenten oder den Nutzern des Seminarangebots, sondern auch bei allen anderen Bürgern. Denn laut Frau Zimmer, setzt der Offene Kanal Flensburg nicht

⁵⁹ Qualitative Medienforschung, Lothar Mikos, Claudia Wegener, S. 261

auf Werbung der klassischen Art sondern auf „Empfehlungsmanagement“⁶⁰.

3.1.3 Auswertung der Fragebögen

3.1.3.1 Die Straßenumfrage

Bei der Auswertung des Passantenfragebogens geht es vornehmlich darum, die oben aufgestellten Thesen zu belegen. Es gilt herauszufinden, ob das allgemeine Bild, das sich bei der Autorin während ihrer Recherche herausgebildet hat, das gleiche ist, welches auch die Bevölkerung vertritt.

Nämlich, dass sich sowohl der Offene Kanal als Institution aber vor allem das Seminarangebot keiner großen Bekanntheit erfreuen und ihnen wenig Respekt gezollt wird. Weiterhin, dass Medienkompetenz weder bekannt noch akzeptiert ist.

Der Fragebogen entspricht, mit einer Ausnahme, den Erwartungen und birgt keine Überraschungen.

Die Frage nach dem Bekanntheitsgrad der Institution an sich zeigt ein ausgewogenes Verhältnis.

53% der Befragten war der Offene Kanal Flensburg ein Begriff, auch, wenn sie nicht genau wussten, was Aufgabe und Angebot der Institution ist. Somit hatten 47% noch nie etwas von dem Offenen Kanal gehört.

Bei dem Bekanntheitsgrad des Seminarangebotes sah es schon deutlich anders aus: nur 20% der Befragten wussten, dass der Offene Kanal Seminare anbietet und somit auch als Bildungsanstalt fungiert. Bei dem Thema der Medienkompetenz sah es ähnlich aus. So ant-

⁶⁰ Interview mit Tanja Zimmer vom 26.05.2011

worteten 80% der Passanten bei der Frage nach der Definition von Medienkompetenz zu allererst, dass sie das Wort zum ersten Mal hören würden.

Das lässt den Schluss zu, dass die Aufklärung über Medienkompetenz noch nicht bis zu den Bürgern durchgedrungen ist, obwohl der Offene Kanal seit 1995 Seminare zu diesem Thema anbietet. So mussten sich alle befragten Personen die Definition selbst ableiten und die Aussagen blieben sehr allgemein. Oft wurde geantwortet, dass Medienkompetenz etwas „rund um Medien“ oder „der technische Umgang mit Medien“ sei. Keiner der Passanten nannte jedoch den selektiven Umgang und die individuelle Reflexion der Medieninhalte als Bestandteil von Medienkompetenz. Lediglich eine Person, die selbst beruflich mit der Ausgestaltung von Medien zu tun hat, wusste das Wort zu definieren.

Nachdem sie eine vollständige Definition erhalten hatten, wurden sie nach ihrer eigenen Meinung bezüglich der Wichtigkeit des Erlernens von Medienkompetenz gefragt. Auch hier war das Verhältnis sehr ausgewogen, was sowohl positiv als auch negativ überraschte. Rund 33% hielten das Erlernen von Medienkompetenz für so wichtig, dass es beispielsweise fester Bestandteil der Lehrpläne werden sollte. Sogar die jungen Leute von 14 bis 18 Jahren wünschten sich mehr Aufklärung in dem Umgang mit Medien. 37% waren der Meinung, dass das Erlernen nicht zwingend notwendig sei und nur bei persönlichem Interesse zum Tragen kommen sollte. Negativ überraschte der Fakt, dass 30% überzeugt davon waren, dass das Lehren von Medienkompetenz überflüssig sei, da sich jeder den Umgang mit Medien auch selbst beibringen könnte.

Diese Aussagen bestätigen nicht nur die These, dass die Wichtigkeit von Medienkompetenz in der Bevölkerung unterschätzt wird. Vor allem wird bewiesen, dass die Menschen nicht einmal wissen, was sich hinter dem Wort verbirgt.

Wird diese Aussagen auf das Konzept des Offenen Kanals übertragen, verdeutlicht sich wiederholt die Spaltung der „2 Lager“. Jeder kennt Medien und weiß auch ungefähr, wie sie produziert werden, dass jedoch hinter jeder Produktion auch Psychologie steckt, sowohl auf Seiten der Nutzer, im Besonderen jedoch auf Seiten der Produzenten, ist den meisten nicht bewusst.

Das ist jedoch nicht das Problem. Dass Sender und Empfänger auf unterschiedlichen Ebenen kommunizieren, erkennt man daran, dass ein Fort- und Weiterbildungsangebot theoretisch vorhanden ist, von den Menschen jedoch nicht beachtet wird. Der Offene Kanal versucht eine Botschaft zu senden, die bei den Bürgern nicht ankommt.

Weiterhin auffällig war, dass sich niemand der Befragten als Rezipient des Offenen Kanals bezeichnete.

53% hatten, nachdem sie über die Möglichkeiten, die der Offene Kanal in sich birgt, aufgeklärt wurden, Interesse daran selbst etwas zu produzieren. Dies traf vor allem auf junge Leute zu, die das Angebot gar nicht kannten und aus denen sofort kreative Ideen zu Themen, Umsetzung und Gestaltung sprudelten.

Überraschend war die Frage nach den Zielen.

Bei 43% stand die Erfahrung in der Gruppe im Vordergrund, 37% würden ihre Region informieren wollen. Lediglich 20% legten Wert auf eine technische und inhaltliche Aufklärung.

Dies widerlegt die These von Frau Zimmer an dem einen Punkt, dass die Produzenten den größten Wert auf die Erfahrung mit der Technik legen.

Jedoch versteckt sich auch sehr viel Potential in diesem Wunsch eine Erfahrung in der Gruppe machen zu wollen. Dieser Fakt kann bei der Erstellung des Konzeptes von großem Nutzen sein. Die Produktion eines Beitrages in der Gruppe erhöht noch einmal den Wert der Selbstevaluation und der kritischen Betrachtung des eigenen Beitrages, da mehrere Augenpaare an der gleichen Sache beteiligt sind. Da jeder andere Erfahrungen und unterschiedliche Auffassungsgaben mitbringt, hilft in der Gruppe der eine dem anderen.

3.1.3.2 Die Mitarbeiterfragebögen

Der Mitarbeiterfragebogen wurde anonym von jedem der neun Mitarbeiter einzeln ausgefüllt.

Alle neun Mitarbeiter sahen die Hauptaufgabe des Offenen Kanals darin, sowohl das Wissen über die technische und inhaltliche Produktion als auch den Umgang mit den Inhalten medialer Beiträge weiterzugeben. So verschrieben sich alle dem dritten Ziel der kommunikativen Qualifizierung von Rezipienten. Dies bedeutet, dass die Mitarbeiter sehr wohl wissen, worum es bei dem Offenen Kanal geht.

Bei der Frage nach den Zielen der Produzenten aus Sicht der Mitarbeiter antworteten sieben, dass die Bürger das Hauptaugenmerk auf die Information ihrer Region legen würden. Lediglich einer nannte das Ziel der Gruppenerfahrung, welches in der Realität bei den Bürgern das ausschlaggebende ist. Hier fällt auf, dass den Mitarbeitern diese „Schere“ zwischen den Zielen zwar bewusst ist, sie jedoch nicht

wahrnehmen, dass genau dort das Problem liegt. Wird nicht das gleiche Ziel verfolgt, kann auch nicht das beabsichtigte Ergebnis erzielt werden. Sender und Empfänger kommunizieren also nicht auf einer Ebene.

Bei der Frage nach der Definition von Medienkompetenz bezogen auf den Offenen Kanal antworteten acht sehr richtig, dass der Fokus sowohl auf dem technischen Umgang als auch auf dem Umgang mit den medialen Inhalten liegt. Hier wird deutlich, dass sich die Mitarbeiter erneut bewusst sind, was es bedeutet Medienkompetenz zu vermitteln.

Auch die nächste Frage nach der Wichtigkeit des Erlernens von Medienkompetenz zeigt ein klares Bild. Wiederholt sind acht von neun der Meinung, dass Medienkompetenz sogar in Schulen gelehrt werden sollte.

Die nächste Frage überrascht, legt jedoch offen deutlich, dass genau dort das Problem liegt. Sieben von neun Mitarbeiter sind der Meinung, dass die Produzenten ihre Beiträge aufgrund eigenem Desinteresse nicht journalistisch aufarbeiten wollen. Nur zwei sahen den Fehler bei der mangelnden Aufklärung durch die Gesellschaft.

Hier zeichnet sich ab, dass die Bürger falsch eingestuft werden, denn wie die Passantenumfrage gezeigt hat, haben diese sehr wohl ein Interesse daran einen professionellen Beitrag zu gestalten – mit allem, was dazu gehört.

Die Rolle der Gesellschaft wird unterschätzt und den Bürgern die ganze Verantwortung zugeschrieben, dabei können diese gar nichts dafür. Sie reagieren nur auf das, was ihnen vermittelt wird.

Die nächste Frage nach dem Bekanntheitsgrad des Seminarangebots, beziehungsweise der Frage danach, warum dieses nicht mit dem Offenen Kanal verbunden wird, zeigt erneut, dass die Rolle der Gesellschaft verharmlost wird.

Fünf der Mitarbeiter sind davon überzeugt, dass die Menschen sich zu wenig Zeit nehmen um sich über das Angebot zu informieren, weil es sie einfach nicht interessiert. Sie suchen die „Schuld“ also bei dem Volk. Vier Menschen des Offenen Kanals sahen die Gefahr in der fehlenden Werbung. Hier wurde also schon konstruktiv weitergedacht und sich die Frage gestellt, ob der Offene Kanal etwas verändern kann, um das Verhältnis zwischen Offenem Kanal und Bürgern zu verbessern.

Bei der Frage nach der persönlichen Meinung zu dem Konzept des Offenen Kanals waren sich alle sicher, dass etwas verändert werden muss.

Vier von neun Mitarbeitern wollten sogar große Veränderungen sehen, da sie diese für notwendig halten. Drei sahen das Problem weiterhin in der fehlenden Werbung, zwei wünschten sich einen eigenen Programmauftrag. Dieser Wunsch wäre ein erster Schritt, um die Bürger von der Wichtigkeit des Erlernens von Medienkompetenz zu überzeugen. Einer würde sich über die Förderung der Eigeninitiative freuen, sowohl auf Seiten des Offenen Kanals aber vor allem auch auf Seiten der Produzenten. Genau das ist das Stichwort, welches bei dem Lösungsansatz des „Projektorientierten Coachings“ im Vordergrund steht – Förderung und Schulung der Eigeninitiative und Selbstverantwortung.

3.2 Die Definition von Medienkompetenz

„Worüber muss der Mensch der Zukunft verfügen, um ein kritischer, selbstbestimmter, verantwortungsbewusster Herr im eigenen medial vernetzten Hause bzw. im gesellschaftlichen Bau oder „Netz“ zu sein? Und wie müssen gesellschaftliche Rahmenbedingungen gestaltet werden, die dies ermöglichen?“⁶¹

Das ist genau die Frage, die sich im Laufe des letzten Jahrzehnts viele Medienspezialisten gestellt haben und immer noch stellen. Der Begriff der Medienkompetenz an sich, wird er wörtlich definiert, ist so allgemein gehalten, dass er eine ganze Bandbreite an Definitionen zulässt. Wörtlich gesehen, ohne Betrachtung geschichtlicher oder inhaltlicher Hintergründe bedeutet er eigentlich, „[...] den Sachverstand, die Zuständigkeit und die Befugnis im Umgang mit Medien“⁶². Aber was beinhaltet diese Aussage?

„Medienkompetenz soll, aufs Ganze gesehen, den Nutzer befähigen, die neuen Möglichkeiten der Informationsverarbeitung souverän handhaben zu können“⁶³.

Vielleicht ist es erst einmal wichtig zu wissen, was durch das Lehren und Erlernen von Medienkompetenz bezweckt werden möchte. Welches Ziel steckt dahinter?

Die erste Einschränkung, die gemacht werden kann, ist die, dass die Definition in dieser Arbeit sich hauptsächlich auf die Bedeutung der Medien für das Individuum bezieht. Aus dem einfachen Grund, da

⁶¹ Medienkompetenz, Harald Gapski, S. 14

⁶² Medienkompetenz, Harald Gapski, S. 24

⁶³ Handbuch Medien: Medienkompetenz, Modelle und Projekte, Dieter Baacke, Susanne Kornblum, Jürgen Lauffer, Lothar Mikos, Günter A. Thiele, S. 31

häufig das, was für den einzelnen gilt, auch auf die Gesellschaft anwendbar ist.

Durch die Erfahrungen, die die Autorin bereits während des Studiums sammelte und die Recherchearbeit im Vorfeld, stellte sich heraus, dass es vor allem wichtig für den Bürger ist, selbstkritisch mit den Medien und deren Inhalten umzugehen. Jeder muss die Möglichkeiten aber auch die Grenzen der Medien einschätzen lernen und in der Praxis anwenden können. Wenn einer Person also bewusst ist, dass viele vermeintliche „Reality Shows“ im Fernsehen vorgeschrieben wurden und keine reale Darstellung des Lebens sind, bedeutet es, dieses Wissen auch anzuwenden. Diese Sendungen also mit einem gewissen Abstand kritisch zu betrachten und sie nicht auf das eigene Leben zu beziehen.

Zum anderen ist es wichtig die Inhalte reflektieren und sie den individuellen Interessen entsprechend selektieren zu können. Denn „ [...] genau genommen (sind) nicht wirklich Medien für die genannten Einflüsse und Veränderungen im heutigen Leben verantwortlich. Es sind die durch sie vermittelten Inhalte und Vorstellungen“⁶⁴. Des Weiteren geht es in dem Punkt des selektiven Umgangs mit den Medien darum „ [...] die „Flut“ von Informationen und Bildern im Bereich medialer Kommunikation (zu bewältigen)“⁶⁵. Es geht darum, den Umgang mit den Medien zu lernen und zwar sowohl die technische Befähigung mit Medien umzugehen und diese anzuwenden, als auch die inhaltliche. So formuliert Dieter Baacke in seinem Beitrag „Medienkompe-

⁶⁴ Medienwissenschaft, Verständigung über Verständigung, Verlag Peter Lang, S. 11

⁶⁵ Medienkompetenz, Harald Gapski, S. 172, Z. 30ff

tenz als zentrales Operationsfeld von Projekten“⁶⁶, dass Medienkompetenz aus mehreren Bausteinen besteht.

Nämlich der Medienkritik (1.), der Medienkunde (2.), der Mediennutzung (3.) und der Mediengestaltung (4.).

1. Die Medienkritik ist laut Baacke auf drei verschiedene Weisen zu betrachten: einmal analytisch, das heißt „problematische gesellschaftliche Prozesse (sollten) angemessen erfasst werden können“⁶⁷, einmal reflexiv, was bedeutet, dass „jeder Mensch [...] das analytische Wissen auf sich selbst und sein Handeln [...]“⁶⁸ anwenden können sollte. Und zu Letzt der ethische Blickwinkel, der „analytisches Denken und reflexiven Rückbezug als sozial verantwortlich abstimmt und definiert“⁶⁹.

2. Die Medienkunde beschäftigt sich zum einen mit der informativen Dimension, welche grundsätzliches Wissen, wie beispielsweise die Arbeitsweise von Journalisten oder Begriffsklärungen, wie dem des dualen Rundfunksystems beinhaltet. Zum anderen tritt die instrumentell-qualifikatorische Dimension, die die Fähigkeit meint, „die neuen Geräte auch bedienen zu können“⁷⁰, in den Vordergrund.

⁶⁶ Handbuch Medien: Medienkompetenz, Modelle und Projekte, Dieter Baacke, Susanne Kornblum, Jürgen Lauffer, Lothar Mikos, Günter A. Thiele, S. 31

⁶⁷ Handbuch Medien: Medienkompetenz, Modelle und Projekte, Dieter Baacke, Susanne Kornblum, Jürgen Lauffer, Lothar Mikos, Günter A. Thiele, S. 34

⁶⁸ Handbuch Medien: Medienkompetenz, Modelle und Projekte, Dieter Baacke, Susanne Kornblum, Jürgen Lauffer, Lothar Mikos, Günter A. Thiele, S. 34

⁶⁹ Handbuch Medien: Medienkompetenz, Modelle und Projekte, Dieter Baacke, Susanne Kornblum, Jürgen Lauffer, Lothar Mikos, Günter A. Thiele, S. 34

⁷⁰ Handbuch Medien: Medienkompetenz, Modelle und Projekte, Dieter Baacke, Susanne Kornblum, Jürgen Lauffer, Lothar Mikos, Günter A. Thiele, S. 34

3. Die Mediennutzung wird in zweifacher Weise verstanden: Erstens muss die Anwendung gelehrt oder erlernt werden, zweitens ist die Interaktivität, also die Frage nach dem „Selbst-Anbieten“ beispielsweise im Internet, ebenso gemeint.

4. Der vierte und letzte Punkt, die Mediengestaltung umfasst nach Baacke die Innovativität, also die Befähigung „das Mediensystem weiterzuentwickeln und zu verändern“⁷¹, sowie die „Kreativität, welche sich mit der Betonung ästhetischer Varianten“⁷² auseinandersetzt.

Diese vier von Baacke aufgestellten Bestandteile bedeuten zusammengefasst, dass „ [...] nur kommunikativ kompetente Individuen am gesellschaftlichen Kommunikationsprozess und damit auch politischen Willensbildungsprozess in demokratischen Gesellschaften [...] teilnehmen können“⁷³.

Denn: „Informationen beispielsweise sind nicht nur notwendig und breiter als zu anderen Zeiten verfügbar; sie sind zugleich eine Bedrohung für demokratische Ziele, wenn sie über manipulative Mechanismen (oder) versteckte Kontrollsysteme [...] sich präsentieren“⁷⁴. Dieses meint, dass moderne Partizipation an Demokratie ohne Medienkompetenz nicht möglich ist. Wird an dieser Stelle weitergedacht, fällt auf, dass das Lehren von Medienkompetenz genau aus dem

⁷¹ Handbuch Medien: Medienkompetenz, Modelle und Projekte, Dieter Baacke, Susanne Kornblum, Jürgen Lauffer, Lothar Mikos, Günter A. Thiele, S. 34

⁷² Handbuch Medien: Medienkompetenz, Modelle und Projekte, Dieter Baacke, Susanne Kornblum, Jürgen Lauffer, Lothar Mikos, Günter A. Thiele, S. 34

⁷³ Medienwissenschaft, Verständigung über Verständigung, Verlag Peter Lang, S. 35

⁷⁴ Handbuch Medien: Medienkompetenz, Modelle und Projekte, Dieter Baacke, Susanne Kornblum, Jürgen Lauffer, Lothar Mikos, Günter A. Thiele, S. 93

Grund auch für jede Ziel- und Altersgruppe von großer Wichtigkeit ist.

„ [...] braucht ein Handwerker Medienkompetenz? Die Antwort lautet ja, wenn Medienkompetenz [...] verstanden wird, als Kompetenz (moderne) Medien sich nutzbar zu machen, zur Erleichterung der privaten und beruflichen Lebensanforderungen.“⁷⁵

Um jeglichen Umgang mit Medien zu erlernen, ist es also von Bedeutung dies schon in der Schulzeit zu tun. Von Nutzen wäre also eine Aufnahme des Faches Medienkompetenz in den Lehrplan. Dies sollte jedoch nicht alleine „dastehen“, sondern Fächerübergreifend, also als Projekt passieren, um eine möglichst große Bandbreite an Inhalten, die in den Medien zu finden sind abzudecken und den Umgang mit ihnen zu lehren.

So formuliert Baacke weiterhin in dem Beitrag „Projekte als Formen der Medienarbeit“, dass „Medienkompetenz nur und ausschließlich über Projektarbeit zu umzusetzen (ist)“⁷⁶.

Darüber hinaus bemerkt Harald Gapski ganz richtig, dass „Medienkompetenz [...] von der Grundschule an den künftigen Generationen vermittelt werden (muss)“⁷⁷. Denn sowohl die Technik der Medien als auch deren Inhalte entwickeln sich, den Erfahrungen jedes einzelnen unserer Gesellschaft nach, in einem rasanten Tempo weiter. Je früher die Auseinandersetzung mit einem Thema beginnt, desto einfacher ist es später mit den Veränderungen der Zeit zu gehen.

⁷⁵ Medienkompetenz, Harald Gapski, S.256

⁷⁶ Handbuch Medien: Medienkompetenz, Modelle und Projekte, Dieter Baacke, Susanne Kornblum, Jürgen Lauffer, Lothar Mikos, Günter A. Thiele, S. 35

⁷⁷ Medienkompetenz, Harald Gapski, S. 255

Abschließend ist es sinnvoll noch einmal zusammenzufassen, was durch das Erlernen und Lehren von Medienkompetenz erreicht werden will. Diesen drei Zielen liegt die Grundsätzliche Information und Aufklärung über die Medien zugrunde.

- 1.** Der individuelle, selektive Umgang mit den Medieninhalten
- 2.** Die Fähigkeit die Medieninhalte kritisch betrachten zu können, nicht nur bezogen auf einen selbst, sondern auch aus dem gesellschaftlich verantwortlichen Blickwinkel.
- 3.** Der technische Umgang mit dem medialen Angebot, welcher sowohl die Nutzung der Gerätschaften an sich, als auch die Parallelnutzung der verschiedenen Geräte mit einschließt.

Hat sich das Wort Medienkompetenz schlussendlich einer solchen Definition unterzogen, ist es wichtig, es nicht so theoretisch stehen zu lassen, denn schon Albert Einstein wusste:

„Jedes Denken wird dadurch gefördert, dass es in einem bestimmten Augenblick sich nicht mehr mit Erdachtem abgeben darf, sondern durch die Wirklichkeit hindurch muss.“

Was muss also beachtet werden, um die Theorie in die Praxis umsetzen zu können?

Erneut ist hier zu nennen, dass das Gleichgewicht zwischen Authentizität und Mündigkeit und der Schulung und Förderung stets im Auge behalten werden muss.

„Die grundsätzliche Zuschreibung von Autonomie an das Subjekt ist die Basis und zugleich die Folge projektorientierter Lernprozesse, und

es liegt in der Verantwortung medienkritischer Dimensionen, die Verantwortung als eine gemeinsame zu bewahren und zu bewähren.“⁷⁸

Die Frage ist also: Wie vermittele ich Medienkompetenz in der Praxis ohne zu zensieren oder jemanden zum Lernen zu zwingen?

4 Der Vergleich zwischen der Ausgangssituation und dem angestrebten Ideal

In der Praxis, übertragen auf den Offenen Kanal, bedeutet es also, dass das Grundkonzept des Offenen Kanals Flensburg sehr gut ist. Das Seminarangebot deckt jede erdenkliche Zielgruppe ab und bietet das Erlernen von Medienkompetenz in jeder Form an. Für jeden Lerntyp ist etwas dabei, sodass die Rezipienten eigentlich nur noch den Offenen Kanal aufsuchen und das Seminarangebot wahrnehmen müssten. Woran liegt es nun, dass dies nur bei einem ausgewählten Kreis der Fall ist? Und woran liegt es, dass obwohl so ein großes Angebot vorhanden ist, die meisten Bürger dieses Wort noch nicht einmal kennen?

Einzig und allein die Vermittlung der Inhalte funktioniert nicht so, wie es eigentlich unter Gesichtspunkten der Medienkompetenz sein sollte. Es fehlt die Bürgernähe. Es fehlt der Schritt, an dem sich die Frage gestellt wird, wie man das Erdachte jetzt „an den Mann“ bringt. Denis Diderot, ein französischer Philosoph und Schriftsteller der Aufklärung beschreibt diesen Zustand sehr passend und findet auch die Lösung:

⁷⁸ Handbuch Medien: Medienkompetenz, Modelle und Projekte, Dieter Baacke, Susanne Kornblum, Jürgen Lauffer, Lothar Mikos, Günter A. Thiele, S. 93

„Die einen [...] haben viele Werkzeuge und wenig Ideen, die anderen haben viele Ideen und gar keine Werkzeuge. Das Interesse der Wahrheit würde verlangen, dass die Denkenden sich endlich dazu herablassen, sich mit den Schaffenden zu verbünden.“

Betrachtet man dies nun mit medienkompetenten Augen, bedeutet es, das Wissen, das man hat auch anzuwenden und mit schon bekannten Mitteln zu verbinden, um es vermitteln zu können. Hier findet der interaktive Prozess statt. Ein Lernprozess, bei dem der eine von dem anderen lernt. Denn jemand der weiß, was Medienkompetenz ist und darüber referieren kann, sollte auch wissen, wie man diese vermittelt, denn das ist Bestandteil der Definition an sich.

Das ist genau der Transfer, der von den Bürgern erwartet wird, wenn von Medienkompetenz die Rede ist. Und es ist auch genau der Transfer, der von den Produzenten erwartet wird, wenn der Offene Kanal ihnen eine kurze Einweisung gibt und danach selbstständiges Denken und Handeln fordert. Das findet beim Offenen Kanal Flensburg jedoch nicht statt. Die meisten Produzenten sehen nicht, dass sich ein produzierender Beitrag aus vielen Teilen zusammensetzt und nicht nur aus dem Filmen eines Ereignisses besteht.

Dass Sender und Empfänger also unterschiedliche Ziele verfolgen, haben auch die Interviews und Umfragen ergeben. Die Bereiche Produktion und das Seminarangebot sind nicht miteinander verbunden und laufen parallel auf verschiedenen Schienen. Die Verknüpfung der beiden „Lager“ ist also die Herausforderung, der sich der Offene Kanal in Zukunft stellen muss.

Wichtig ist es, eine gemeinsame Basis zu schaffen um miteinander kommunizieren zu können. Das bedeutet, dass auf Seiten des Offe-

nen Kanals etwas an der Kommunikation gegenüber den Produzenten verändert werden muss. Die Produzenten wollen auf einem anderen „Kanal“ erreicht und angesprochen werden.

Wie im Vorfeld schon deutlich wurde, sind die Regeln der Experten-Gruppe dehnbar. Was könnte also getan werden, um das große Wissen über Medienkompetenz nicht nur an Medieninhaltsinteressierte weiterzugeben, sondern auch an die Produzenten. Und dies ohne die Beiträge zu zensieren oder die Produzenten zum Lernen „zu zwingen“.

Das Stichwort hier lautet „Prozessorientiertes Coaching“ in Verbindung mit Selbstevaluation, welches die Befähigung zur Selbstkritik und Selbsthilfe zur Folge hat. Der Produzent bildet sich also selbst fort, dadurch wird dessen Mündigkeit und Solidarität nicht nur gewahrt sondern sogar unterstützt. Durch einen bestimmten Mechanismus wird dem Produzenten die individuelle Selektion ermöglicht. Was brauche ich? Was brauche ich nicht? Was ist interessant zu wissen und wovon weiß ich schon sehr viel?

5 Konzeptvorschlag: Prozessorientiertes Coaching

5.1 Einleitung

Um Sender und Empfänger auf eine Ebene zu bringen und sowohl die Kommunikation zwischen den Produzenten und dem Offenen Kanal als auch die Verknüpfung der beiden „Lager“ Produktion und Seminarangebot zu erreichen, kann ein Prozessorientiertes Coaching von Nutzen sein.

Um ein solches Konzept zu entwickeln ist es zuallererst wichtig die genaue Definition des Wortes zu kennen.

*„Ich kann niemanden etwas lehren, ich kann ihm nur helfen,
es in sich selbst zu entwickeln“ (Galileo Galilei).*

Dieses Zitat beschreibt das Verfahren des Coachings für den Einstieg in die Materie sehr treffend.

Die einzelnen Bedeutungen der beiden Worte vermitteln eine erste Vorstellung des angestrebten Lösungsversuches.

Bei einem „Coaching“ werden menschliche Prozesse und Entwicklungen wahrgenommen, gestaltet und gegebenenfalls beschleunigt.⁷⁹ Dies geschieht jedoch nicht dadurch, dass jemand Ratschläge erteilt oder einen auswendig gelernten Vortrag hält. Am Beispiel des Offenen Kanals wird der Produzent während des Verfahrens in seiner Einzigartigkeit wahrgenommen und bei seinen individuellen Themen abgeholt und unterstützt. Das Coaching setzt also an schon vorhandenen Kompetenzen an, mit dem Ziel, dass sich diese optimal entwickeln. Es wird sozusagen die „Hilfe zur Selbsthilfe“ gelehrt. Im Laufe des Prozesses erschließen sich neue Potentiale und Verhaltensalternativen werden sichtbar. Dieses ist vor allem für den Produzenten von Bedeutung, der möglicherweise nicht so leicht davon zu überzeugen ist, dass ein Beitrag auch zur Hälfte aus journalistischem und nicht nur aus filmerischem Geschick besteht. Während des gesamten Prozesses ist der Produzent für sich selbst verantwortlich, also selbstständig.

Ein Coaching passt perfekt auf das Konzept des Offenen Kanals, nicht nur weil es eines der Hauptziele unterstützt, nämlich dem des selbstständigen Arbeitens.⁸⁰ Sondern vor allem, weil der schmale Grat zwi-

⁷⁹ <http://www.dbvc.de/cms/index.php?id=361>, abgerufen am 25.06.2011

⁸⁰ Interview mit Tanja Zimmer vom 26.05.2011

schen der darstellerischen Hilfe und der Zensur der Beiträge mit diesem Verfahren gefunden wird. Die Balance zwischen Mündigkeit und Förderung ist somit gewahrt.

Dadurch, dass jeder Produzent als Individuum wahrgenommen und jedes Coaching auf seine persönlichen Bedürfnisse abgestimmt wird, ist eine optimale Hilfestellung ohne jegliche Art von Zensur möglich. Durchgeführt wird also eine Beratung, Schulung und Förderung der Medienkompetenz der Bürger ohne deren Authentizität zu schädigen. Sie bilden sich sozusagen selbst weiter.

Unter „Prozessorientiertheit“ wird, anlehnend an das Coaching, eine Kette von zusammenhängenden Tätigkeiten verstanden,⁸¹ bei der der Produzent mit seinen Wünschen und Bedürfnissen im Vordergrund steht. Jeder einzelne Prozess steht also für sich und ist individuell und einzigartig.

Wichtig für die Praxis ist es noch einmal zu erwähnen, dass solch ein Coaching nur funktionieren kann, wenn man während des Prozesses coacht. Inhalt und Technik sind somit von vornherein vereint und nicht voneinander getrennt.

Nach dem Vorbild der Projektarbeit wird die Selbstkompetenz der Produzenten, sowie deren Authentizität gestärkt. Ein Hauptziel der Projektarbeit ist es nämlich, „dass die fachspezifischen Abschottungen zugunsten einer ganzheitlichen Sichtweise aufgegeben werden, wobei eine zweifache Ganzheit erreicht werden soll – einerseits soll die Sache in ihrer Ganzheit (und Originalität) und möglichst unverstellt auf die Lernenden zukommen, andererseits sollen die Lernen-

⁸¹ <http://www.industrie-lexikon.de/cms/lexikon/lexikon-p/prozessorientierung.html>, abgerufen am 25.06.2011

den in ihrer persönlichen Ganzheit – mit Kopf, Herz und Hand (PESTALOZZI) – auf die Sache zugehen können⁸². Übertragen bedeutet dieses die Verbindung der beiden „Lager“ Produktion und Seminarangebot, also Theorie und Praxis, aber auch die Wahrung der Authentizität. Hier schließt sich der Kreis und erneut ist belegt, dass diese Methode einen geeigneten Lösungsansatz darstellt, da sie die Balance sichert.

„Tatsächlich erlauben Projekte in ihrer medienbezogenen Form es am ehesten, Lernzusammenhänge als ganzheitlichen Prozess von Produktion und Produkt, Reflexion und Reflexivität, Gestaltung und Präsentation zu erfahren.“⁸³

Jetzt stellt sich jedoch die Frage, wie dieses Konzept in der praktischen Umsetzung funktioniert.

Anhand einer Checkliste sollen die Produzenten selbst evaluieren, welche der aufgeführten Punkte in ihrem Beitrag Anwendung finden können, welche sie bemerkt, jedoch nicht für wichtig erachtet haben und wo Verbesserungsmöglichkeiten bestehen. Es werden Kriterien gebildet, die es ihnen eigens ermöglichen einen selbstkritischen Umgang mit Medieninhalten zu entwickeln. Dabei steht im Vordergrund, dass sie nicht BE-lehrt werden, sondern selbst auf das für sie individuell richtige Ergebnis kommen. Dadurch, dass der Produzent sich alles selbst erarbeitet und zum Beispiel Fehler selbst erkennt und korrigiert, wird gewährleistet, dass sich der Beitrag keiner Zensur unterzieht.

⁸² Kleines Methodenlexikon, Wilhelm H. Peterßen, S. 237

⁸³ Handbuch Medien: Medienkompetenz, Modelle und Projekte, Dieter Baacke, Susanne Kornblum, Jürgen Lauffer, Lothar Mikos, Günter A. Thiele, S. 86

Diese Checkliste beinhaltet Fragen, wie zum Beispiel: Wer gehört zu meinem Team? Wer kann welche Sache besonders gut? Habe ich eine Hauptintention, eine Botschaft, die hinter meinem Beitrag steht? Welche Zielgruppe möchte ich ansprechen? Habe ich einen Zeitplan? Habe ich bestimmte Schnitttechniken berücksichtigt, die beabsichtigte nonverbale Aussagen unterstreichen?

Durch das Abarbeiten einer solchen Checkliste wird die Selbstverantwortung und das Bewusstsein der Produzenten für bestimmte Prozesse gestärkt. Sie erkennen selbst, was zu einer Produktion gehört und können für sich entscheiden, welche Punkte für ihren Beitrag nützlich sind, wie professionell sie diesen aufziehen möchten und wo sie noch Unterstützung brauchen.

5.2 Die Checkliste

5.2.1 Der Vorlauf

Da die meisten Menschen das Erlernen von Medienkompetenz nicht für zwingend notwendig oder sogar für überflüssig halten,⁸⁴ ist es wichtig einen Weg zu finden Medienkompetenz so zu vermitteln, dass die Menschen Spaß daran haben. Wenn ihnen deutlich gemacht wird, dass es in der Praxis keine allgemeingültige Definition des Wortes gibt, entwickeln sie Vertrauen in ihre eigenen Fähigkeiten und können selbst ihre individuelle Definition bilden. Von Bedeutung ist nur, dass sie sich mit dem Thema auseinandersetzen und akzeptieren, dass, wie bei jeder neuen Erfindung auch, der Umgang damit erlernt werden muss. Bei dem einen mehr, bei dem anderen weniger.

⁸⁴ Passantenumfrage vom 03.06.2011

Dadurch, dass der Offene Kanal die Produzenten zwei Mal direkt einweist, einmal in die Kamera- und einmal in die Schnitttechnik, werden sie zum Einstieg persönlich von der Wichtigkeit des Erlernens überzeugt. Der Produzent wird somit nicht mit der Checkliste allein gelassen. Vielmehr stellt sie eine gedankliche Unterstützung und Anregung dar.

Wie kann ich meinen Beitrag gestalten? Welche Möglichkeiten habe ich? Diese „Möglichkeiten“ sind den meisten zu Beginn einer Produktion gar nicht bewusst und können aus diesem Grund auch nicht erfragt werden. Einige Produzenten haben vielleicht auch gar nicht den Anspruch einen Beitrag mit allen Mitteln zu perfektionieren oder auszugestalten.

Fakt ist also, dass jeder Produzent individuelle Vorstellung von der Produktion eines Beitrages hat. Dieser Punkt spiegelt exakt die Gesellschaft wider. Jeder Mensch hat unterschiedliche Bedürfnisse an die Medien und braucht deswegen auch eine eigene Umgangsart.

Zurück zu dem Beispiel. Hat der Produzent die erste Einweisung erhalten, bekommt er eine solche Checkliste ausgehändigt. Diese besteht aus der Checkliste selbst, die als eine „Abhakliste“ aufgebaut ist, sowie einem zweiten Dokument.

Auf der Checkliste kann der Produzent bequem die Punkte abhaken, die er schon bearbeitet hat und auch die außer Acht lassen, die er für seinen Beitrag gar nicht braucht. Wichtig ist nur, dass ihm bewusst gemacht wird, was alles gemacht werden *kann*.

Das zweite Dokument befindet sich hinter der „Abhakliste“. Dieses erklärt jeden Punkt, der auf der Checkliste zu sehen ist noch einmal genauer. So kann der Produzent, wenn er einen Punkt auf der Liste

findet, den er für interessant hält, jedoch gar nicht genau weiß, was sich dahinter verbirgt, genau nachlesen, was Bestandteil dieses Produktionsschrittes ist.

Nach der Übergabe dieser beiden Dokumente werden diese kurz erklärt.

Es wird erneut darauf aufmerksam gemacht, dass eine solche Checkliste, ein Plan zu jeder Film- und Fernsehproduktion gehört. Hier beginnt der erste Lernprozess, die erste Selektion, die ersten individuellen Ziele werden sichtbar. Benutzt der Produzent die Liste?

5.2.2 Der Inhalt

5.2.2.1 Checkliste für den oder die Produzenten

Vorbereitung:

O habe ich die Namen der Teammitglieder notiert? (1.)

O habe ich das Genre bestimmt? (2.)

O habe ich die Rollen und Aufgaben verteilt? (3.)

Kreativität:

O wie lautet die Idee des Films? (4.)

O habe ich einen Namen für das Projekt? (5.)

O habe ich eine Botschaft, die zwischen den Zeilen stehen soll? (6.)

O habe ich mir die Botschaft groß notiert, damit sie nicht in
Vergessenheit gerät? (7.)

O habe ich meine Zielgruppe bestimmt? (8.)

O habe ich ein Drehbuch? (9.)

O habe ich ein Storyboard? (10.)

O habe ich einen Drehplan? (11.)

O habe ich bestimmte Kameraeinstellungen beachtet, die meine

nonverbale Botschaft hinter den Szenen unterstützen? (12.)

Das Schneiden:

O habe ich mein Drehbuch dabei? (13.)

O habe ich meine Botschaft immer vor Augen? (14.)

O habe ich bestimmte Schnitttechniken beachtet, die mir der Offene Kanal vermittelt hat? (15.)

O habe ich daran gedacht, dass ich durch bestimmtes Aneinander schneiden zweier oder mehrerer Szenen einen komplett anderen Zusammenhang hervorrufen kann? (16.)

Nachbearbeitung:

O habe ich mir meinen Film noch einmal angeschaut und rückwirkend Verbesserungsmöglichkeiten bemerkt? (17.)

O habe ich Feedback von meinen Freunden oder Verwandten bekommen? (18.)

O was sagen die Profis vom Offenen Kanal zu meinem Beitrag? (19.)

O habe ich herausgefunden, woran ich noch arbeiten kann und wo ich schon sehr gut bin? (20.)

Habe ich noch Fragen? Wenn ja, ist das Team vom Offenen Kanal immer Vor Ort und Hilft gerne.

5.2.2.2 Erläuterung der Punkte auf der Checkliste

Vorbereitung:

1. Erst einmal muss geklärt werden, wer zum Team gehört, welche Rollenverteilung es gibt oder ob der Produzent alleine arbeitet.

Teammitglieder	Namen
----------------	-------

Tabelle 1: Teammitglieder

2. Der nächste Punkt wäre, sich über die Art oder das Genre des Films Gedanken zu machen.

Genre	Dokumentarfilm Videoclip Werbespot Kurzfilm Animation Reportage Spielfilm usw.
--------------	--

Tabelle 2: Genre

3. Ist dies geklärt, steht die Rollenverteilung im Vordergrund.

Rollenverteilung⁸⁵ (Wer aus dem Team macht was? Wo liegen die Begabungen und wer bringt schon Vorkenntnisse mit?)	Drehbuchautor/-en Regie und Hauptverantwortlicher Kameramann/-frau Aufnahmeleiter (koordiniert den Zeitplan, treibt das Team an) Ausstattung (Dekorationen, Kostüme etc.) Schauspieler Geräuschemacher
--	---

Tabelle 3: Rollenverteilung

⁸⁵Dreifuss, Jürg/Leimbacher, Mario: Arbeitsblätter im Rahmen der Projektarbeit „Projektkette Schrift - Bild -Ton“ der Kantonsschule Enge Zürich, abgerufen im Internet am 26.05.2011 (vollständige Adresse der Länge wegen im Literaturverzeichnis zu finden)

Kreativität:

4. + 5. Nach der Rollenverteilung ist die Idee des Films dran.

Idee und Projektname	Wovon soll der Beitrag handeln? Entwicklung eines Projektnamens.
-----------------------------	---

Tabelle 4: Idee und Projektname

Hier gibt es viele Möglichkeiten kreativ zu werden und eine Idee zu entwickeln. Anhand eines Brainstormings oder eines Mind Mappings kann die Gruppe oder aber auch eine Einzelperson jede Art von Idee gut festhalten und übersichtlich strukturieren. Es dient der „freien Assoziation über einen Begriff, ein Problem oder ein Thema“ und „lässt der Kreativität größeren Raum“.⁸⁶ So kann der Produzent mithilfe einer netzartigen Zeichnung „eine seinem eigenen Wissen und Denken entsprechende Darstellung entwickeln und mit deren Hilfe mit anderen kommunizieren [...]“⁸⁷.

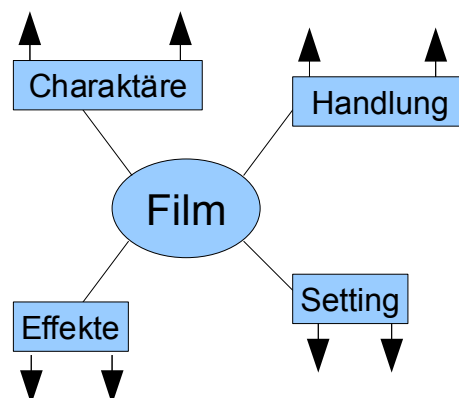


Abbildung 1: Beispiel Mind Mapping

⁸⁶ Kleines Methoden – Lexikon, Wilhelm H. Peterßen, S. 205

⁸⁷ Kleines Methoden – Lexikon, Wilhelm H. Peterßen, S. 204

6. Anhand dieser Vorgehensweise kann auch die Intention ermittelt werden, die hinter dem Beitrag steckt. Was will ich mit meinem Beitrag sagen? Habe ich eine nonverbale Botschaft, die ich dem Rezipienten übermitteln möchte? Das Bedeutsame daran ist, dass diese Aussage, vielleicht ist es sogar ein tieferer Sinn, aufgeschrieben wird um sie zu verdeutlichen. Und zwar nicht nur, wenn der Beitrag im Team produziert wird, sondern auch wenn man alleine agiert.

Nonverbale Botschaft/Intention	Was will ich sagen?
---	---------------------

Tabelle 5: Nonverbale Botschaft/Intention

7. Nützlich ist es, die Botschaft so kurz wie möglich zu formulieren um sie sich dann in großen Lettern vielleicht auf eine bunte Pappe zu schreiben. So bleibt dem oder den Produzenten die Botschaft immer vor Augen.

8. Die Zielgruppenbestimmung ist ein weiterer sehr wichtiger Punkt. Wen will ich mit meinem Beitrag erreichen? Was interessiert meine Zielgruppe? Wo hält sie sich am Liebsten auf?

Zielgruppe	Wen will ich erreichen? Wie erreiche ich diese Personengruppe?
-------------------	--

Tabelle 6: Zielgruppe

9. Nun geht es daran, das Drehbuch zu schreiben. Beschrieben wird jede einzelne Filmaufnahme, als ob der Film schon in der Fantasie ablaufen würde, wie in einem Traum. Hierbei kann auf folgende Punkte geachtet werden: Wie lang wird der Beitrag? Was passiert in der Einleitung, im Hauptteil und am Schluss? Was genau passiert in den einzelnen Szenen? Wann sollen die einzelnen Szenen abgefilmt

werden? Wer trägt welche Kleidung? Wer geht wo aus dem Bild? Je nachdem wie ausführlich das Drehbuch gestaltet werden soll, ist es möglich, jede Kleinigkeit aufzuschreiben, die den Ablauf des Films plant.

Wichtig bei dem Drehbuch ist es, sich auch noch einmal über die Vertonung Gedanken zu machen. Brauche ich einen Off-Text? Muss ich einige Dialoge im Nachhinein nachsprechen? Auch diese Zusätze bezüglich des Tons werden mit in das Drehbuch aufgenommen.

Oft hilft dabei die Vorstellung, dass die Szene von außen betrachtet wird und der Produzent der Beobachter der Szene ist.

Drehbuch	Drehorte (Wie ist der Drehort beschaffen? Braucht man eine Genehmigung?) Zeitraum (Dauer) der Szene Aufnahmesituation Regieanweisung Ton Mitwirkende (Darsteller) → wer es ganz professionell machen möchte, schreibt auch noch den Text mit in das Drehbuch ⁸⁸
-----------------	---

Tabelle 7: Drehbuch

⁸⁸<http://www.kindernetz.de/tigerentenclub/filmtrainer/filmstudio/-/id=101106/167a805/index.html>, Menü: Drehbuch

10. Entspricht das Drehbuch den Vorstellungen des Teams, kann zusätzlich ein Storyboard erstellt werden. Bei einem Storyboard können bestimmte Kameraeinstellungen oder besonders komplizierte Szenen per Hand skizziert und anschließend beschrieben werden. So wird die Kommunikation zwischen allen Beteiligten erleichtert.

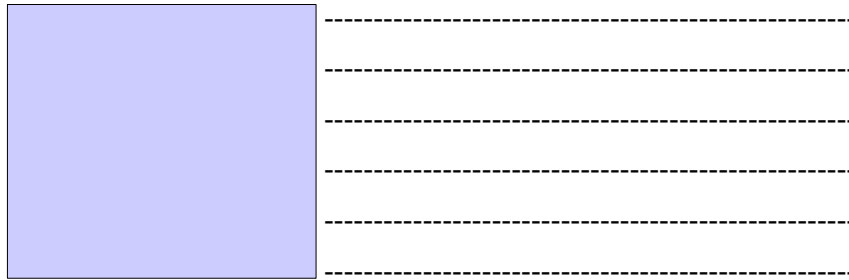


Abbildung 2: Das Storyboard

11. Ist das Storyboard vervollständigt, ist der Drehplan zu schreiben. Der Drehplan ist das organisatorische Gegenstück zu dem Drehbuch. Dort können Abläufe, Termine, Drehorte und die Szenennummer vermerkt werden. Je nachdem wie genau der Produzent planen möchte, kann auch noch zusätzlich eingetragen werden, welches Teammitglied an welcher Szene beteiligt ist⁸⁹

Drehort	Drehtag/Uhrzeit	Szenennummer	Wer ist beteiligt?

Tabelle 8: Drehplan

12. Jetzt kommt die Einführung durch den Offenen Kanal bezüglich des Kameragebrauchs zum Tragen. Wichtig ist es, sich während des Films wiederholt die Botschaft ins Gedächtnis zu rufen.

⁸⁹<http://www.kindernetz.de/tigerentenclub/filmtrainer/filmstudio/-/id=101106/167a805/index.html>, Menü: Drehbuch

Was möchte ich mit meinem Beitrag ausdrücken? Wie kann ich meine Hauptintention durch bestimmte Kameraperspektiven unterstreichen? Im Folgenden sind die Kameraperspektiven und die dazugehörigen Anwendungsgebiete oder Wirkungen auf den Zuschauer aufgezählt.⁹⁰

⁹⁰Dreifuss, Jürg/Leimbacher, Mario: Arbeitsblätter im Rahmen der Projektarbeit „Projektkette Schrift - Bild -Ton“ der Kantonsschule Enge Zürich, abgerufen im Internet am 26.05.2011 (vollständige Adresse der Länge wegen im Literaturverzeichnis zu finden)

<p>Die Supertotale⁹¹</p>  <p><i>Abbildung 3: Supertotale, Panorama</i></p>	<p>Einsamkeit Isolierung Fremdheit/Gefahr Aber auch: Freiheit Unendlichkeit</p>
<p>Die Totale⁹²</p>  <p><i>Abbildung 4: Totale, Landschaft</i></p>	<p>Die Akteure wirken unnahbar. Häufig wird diese Einstellung in Dokumentarfilmen benutzt.</p>
<p>Die Halbtotale⁹³</p>  <p><i>Abbildung 5: Halbtotale</i></p>	<p>Eignet sich gut für Menschen- gruppen oder körperliche Aktio- nen. In dieser Einstellung ist die Körpersprache oft wichtiger als der Dialog.</p>

⁹¹ Siehe Fußnote Nummer 90

⁹² Siehe Fußnote Nummer 90

⁹³ Siehe Fußnote Nummer 90

Das Portrait⁹⁴



Abbildung 6: Portrait (ganze Person), Amerikanische

Ursprünglich stammt diese Einstellung aus den amerikanischen Westernfilmen, damit der Zuschauer genau sehen kann, wer im Duell zuerst seine Pistole zieht. Dies ist auch eins zu eins auf heutige Filmszenen übertragbar, in denen ein „Duell“ stattfindet. Sei es im klassischen Sinne mithilfe von Revolvern oder aber auch ein mündlicher Schlagabtausch.

Die Halbnahe⁹⁵



Abbildung 7: Halbnahe

Gut geeignet für Dialogszenen.

⁹⁴ Siehe Fußnote Nummer 90

⁹⁵ Siehe Fußnote Nummer 90

<p>Die Nahaufnahme⁹⁶</p>  <p><i>Abbildung 8: Nahaufnahme</i></p>	<p>Gut geeignet für Gesprächsszenen. Zur Konzentration auf die Mimik und Gestik.</p>
<p>Die Detailaufnahme⁹⁷</p>  <p><i>Abbildung 9: Detailaufnahme</i></p>	<p>Die Aufmerksamkeit liegt auf einem bestimmten Bildausschnitt. Dieser soll Intimität vermitteln oder abstoßend wirken. Die Entstehung von Gefühlen direkt im Gesicht ist typisch für diese Einstellung. Oft wird sie auch gebraucht, wenn man Handlungen, die nur mit den Händen gemacht werden, abbilden möchte.</p>

Tabelle 9: Kameraeinstellungen

Generell lässt sich sagen, dass Filme, dessen Hauptbestandteile Beziehungen und Gefühle sind, viele der „Nahen“ Einstellungen beinhalten. Im Gegensatz dazu ist eine Dokumentation oder ein Actionfilm durchzogen von „Totalen“ Einstellungen. (Bei Genre-Auswahl beachten: **Punkt 2.**).

⁹⁶ Siehe Fußnote Nummer 90

⁹⁷ Siehe Fußnote Nummer 90

Des Weiteren gibt es noch die sogenannte Vogelperspektive, in der die Kamera wie ein Vogel von oben herab „guckt“. Der Zuschauer fühlt sich dann groß und empfindet den gezeigten Gegenstand oder die Person als sehr klein.⁹⁸ Diese Perspektive ist gut geeignet um Überlegenheit oder Macht über etwas darzustellen.

Die Froschperspektive dagegen bildet das Gezeigte von unten nach oben ab. Manchmal ist es sogar sinnvoll in die Knie zu gehen, um den Größenunterschied besonders hervorzuheben. Hier ist die Wirkung genau umgekehrt und der Zuschauer empfindet Unterlegenheit, Angst oder aber auch Bewunderung. Gut geeignet ist diese Einstellung um die Rolle und Gefühle eines Kindes abzubilden. Schaut der Zuschauer von unten zu einer Person auf, fühlt er sich wie ein Kind und kann dessen Gefühle besser nachvollziehen. An diesem Beispiel wird deutlich wie wichtig eine Kameraeinstellung sein kann um einen tieferen Sinn bei den Zuschauern noch deutlicher hervorzuheben und sie mitzureißen.

Um eine gewisse Spannung in einen Film einzubauen, ist es wichtig die Kameraperspektiven und -einstellungen häufiger zu wechseln. So wirkt die Kamera wie das eigene Auge des Zuschauers und ihm wird nicht langweilig beim Zusehen.

Schneiden:

13. + 14. Nach dem Abfilmen aller im Drehbuch und -plan vorgesehenen Szenen geht es zur nächsten Einführung durch den Offenen Kanal: Die Schnittplatzeinweisung wird hier vor Ort anhand des eige-

⁹⁸<http://www.kindernetz.de/tigerentenclub/filmtrainer/filmstudio/-/id=101106/167a805/index.html>, Menü: Kamera

nen Materials durchgeführt. Jetzt ist es wichtig **das Drehbuch dabei zu haben**, sowie sich immer wieder die Botschaft ins Gedächtnis zu rufen: Was will ich mit meinem Film sagen? Welche nonverbale Hauptintention verfolge ich?

15. So können die Schnitttechniken, die durch einen Mitarbeiter des Offenen Kanals vermittelt werden, journalistisch darstellerisch mit dem gefilmten Material verbunden werden. Wichtig ist es, **das Schneiden nicht zu unterschätzen**. **16.** Denn erneut hat man hier die Chance anhand völlig verschiedener Szenenabfolgen ganz unterschiedliche Aussagen zu bewirken. Folglich ist hier noch einmal großes Potential vorhanden, den Film so zu gestalten, wie der Produzent es sich vorgestellt hat.

Nachbearbeitung:

17. Schlussendlich geht es noch einmal darum herauszufinden, was dem Produzenten der Beitrag gebracht hat. Wichtig ist es mit dem eigenen Material auch kritisch umzugehen und darauf zu achten ob einem im Nachhinein noch Verbesserungsmöglichkeiten **auffallen**. Der beste Lernprozess ist bekanntlich der, in dem man seine eigenen Fehler findet.

18. Weiterhin kann der Produzent sich auch in seinem Umfeld umhören, wie der Film nach der Ausstrahlung bei Freunden und Verwandten angekommen ist. Hat er ihnen gefallen? Haben sie noch Verbesserungsvorschläge oder Lob? Nichts ist besser als für seine Arbeit auch gelobt zu werden. **19.** Dies gilt gleichermaßen für das Team des Offenen Kanals. Wenn dort nach der **objektiven Meinung eines Profis** gefragt wird, ist ein großes Potential für den Produzenten

vorhanden. Zum Einen, um sich weiterzubilden und Kritik anderer anzunehmen und zum Anderen auch das Lob eines professionellen Medienmachers zu bekommen.

20. Der letzte Punkt besteht noch einmal darin, sich selbst zu fragen, was der Beitrag mir als Produzent gebracht hat. War es das, was ich erwartet habe? Habe ich herausgefunden, woran ich noch arbeiten kann? Habe ich herausgefunden, was ich über die Medien wissen wollte? Sehe ich die Medienwelt jetzt mit anderen Augen? Hat es meine Lust angeregt weiterzumachen, mich zu verbessern und so der Welt mitzuteilen, was ich zu sagen habe?

5.3 Strukturdiagramm über den gesamten Ablauf

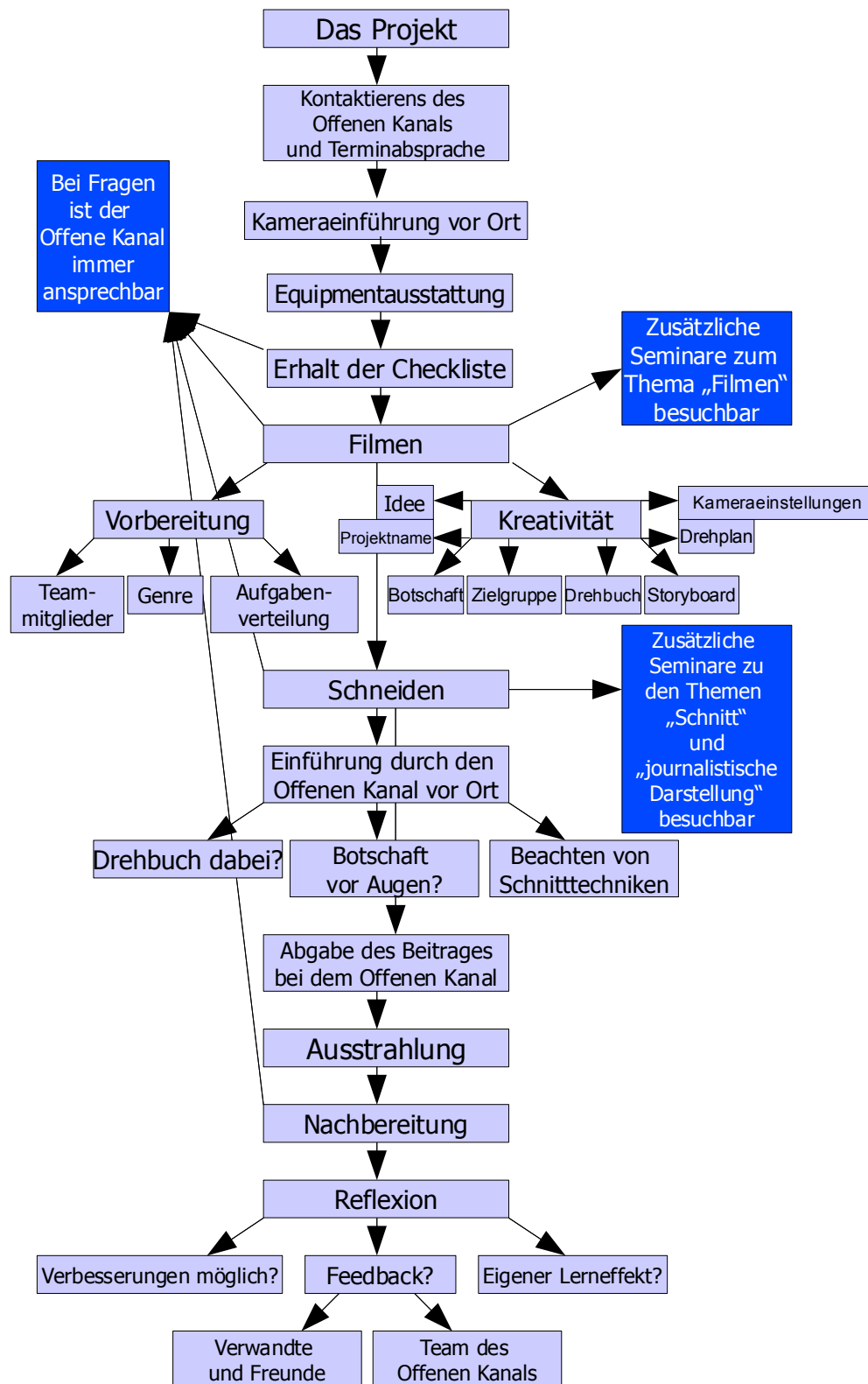


Abbildung 10: Strukturdiagramm: Ablauf

6 Persönliches Fazit

Über das Fazit habe ich lange nachgedacht und musste zwischenzeitlich eine Pause einlegen, um das Thema mit Abstand betrachten zu können. Nach diesem Zeitraum habe ich gemerkt, dass ich kein Fazit schreiben möchte, welches Zukunftsprognosen darstellt oder die Ergebnisse noch einmal zusammenfasst. Ich möchte meine Arbeit mit einem persönlichen Fazit beenden und auch hier anhand eines Beispiels den Praxisbezug herstellen.

Während des Erstellens dieser Arbeit habe ich viele Thesen aufgestellt und genauso viele wieder verworfen. Ich habe meinen Themenschwerpunkt das ein oder andere Mal geändert und mich durch viele Definitionen von Medienkompetenz gelesen. Ich habe also sehr viel Zeit mit und in der Theorie verbracht und viel über den Umgang mit Medien gelernt. Der Blickwinkel auf die Medien und was alles dahinter steckt, hat sich bei mir geändert und ist kritischer, vorsichtiger geworden.

Dieses Thema hat mich persönlich so sehr interessiert, dass bei Beendigung dieser Arbeit sogar das Gefühl aufkam, ein guter Freund würde mich verlassen.

Bei all den theoretischen Erfahrungen und Erkenntnissen in den letzten Wochen hat mich ein sehr kurzes Gespräch stark berührt.

Als ich beim Offenen Kanal war, musste ich einige Minuten warten und unterhielt mich mit einer jungen Frau am Empfang. Ich erzählte von meiner Arbeit und dessen Inhalt. Sehr interessiert und engagiert

erzählte sie mir, dass keiner ihrer Freunde oder Bekannten genau wisse, was sie bei dem Offenen Kanal mache beziehungsweise worin die Aufgabe der gesamten Institution besteht. Wenn sie es dann erkläre, ernte sie häufig abschätzige Blicke. Sie verriet mir, dass sie das sehr schade fände, da sie selbst der Medienkompetenz einen hohen Stellenwert beimesse.

Auch erzählte sie mir von ihrer eigenen Erfahrung mit den „Gerichtsshow“ im deutschen Fernsehen. Sie und ihre Eltern waren bei dem Aufkommen dieses Formates überzeugt davon, dass diese Art der Serie authentisch sei. Und das ist ihnen gar nicht zu verübeln, denn ursprünglich stammen die „Gerichtssendungen“ von der Sendung „Das Fernsehgericht tagt“ von 1961 aus dem Ersten ab. Dort wurden nämlich tatsächlich wahre Fälle verhandelt. Zwar wurden diese für den Zuschauer nachgestellt, der Inhalt jedoch war echt. Wie soll der Zuschauer jetzt also wissen, dass die nachfolgenden Sendungen größtenteils fiktiven Inhalts sind? Eben, gar nicht.

So formuliert Bernhart Töpper im Interview mit ZDF, dass das Urteilsvermögen der Bürger durch diese Sendungen so stark beeinflusst wird, dass „sich die Angeklagten für ihr schlechtes Benehmen in einem Gerichtssaal auf diese Gerichtsshow im Fernsehen berufen und dann zur Entschuldigung sagen: „Bei der Salesch darf man das aber.“⁹⁹

Hier habe ich mit meinem durch die letzten Wochen geschulten Blick für dieses Thema zum ersten Mal einen richtigen Praxisbezug herstel-

⁹⁹ <http://de.wikipedia.org/wiki/Gerichtsshow>, abgerufen am 15.07.2011, → Quelle befindet sich bei den Einzelnachweisen unter dem Link: Rechtspolitische Sendungen im Fernsehen. Interview mit Bernhard Töpper/ZDF, 29. Oktober 2004, Forum Familienrecht des Deutschen Anwaltsvereins

len können. Welcher zeigt, dass die Aufklärung auf Seiten der Medien gegenüber den Bürgern fehlt. Diese werden in Unwissenheit gelassen, was Unmündigkeit zur Folge hat. Da viele Menschen über die Hintergründe gar nicht bescheid wissen *können*, können sie auch nicht diesen Gedankengang vollziehen.

Die junge Frau am Empfang des Offenen Kanals Flensburg war sehr berührt von dem Thema und hatte in der kurzen Zeit während unseres Gespräches viele Verbesserungsvorschläge parat, wie das für sie ebenso große Thema der Medienkompetenz besser an die Bürger herangetragen werden könnte.

Dies zeigt, dass es die Menschen gibt, die sich der Gefahr bewusst sind und kritisch mit den Medien auseinandersetzen. Die ein Interesse daran haben, andere ebenso darüber zu informieren und die Gesellschaft möglicherweise in näherer Zukunft auf eine andere Ebene zu bringen.

7 Literaturverzeichnis

I. Bücher

Baacke, Dieter/ Kornblum, Susanne/ Lauffer, Jürger (Hrsg.) et al.:
Handbuch Medien: Medienkompetenz. Modelle und Projekte.
Bundeszentrale für politische Bildung. Bonn 1999.

Gapski, Harald: Medienkompetenz. Eine Bestandsaufnahme und
Vorüberlegungen zu einem systemtheoretischen Rahmenkon-
zept. 1. Auflage, Wiesbaden 2001.

Jarren Ottfried/Grothe, Thorsten/Müller, Roy: Bürgermedium
Offener Kanal. Der Offene Kanal Hamburg aus der Sicht von
Nutzern und Experten. Eine empirische Studie zu Nutzung
und Bewertung des Offenen Kanals. Ein Forschungsprojekt
des Instituts für Journalistik der Universität Hamburg im A
Auftrag der Hamburgischen Anstalt für Neue Medien (HAM).
Schriftenreihe der HAM, Band 8, Berlin 1994.

Kamp, Ulrich (Hrsg.): Handbuch Medien: Offene Kanäle. Bundes-
zentrale für politische Bildung. Bonn 1997.

Kertscher, Brigitte/ Offener Kanal Merseburg-Querfurt e.V.
(Hrsg.): Freie Meinungsäußerung und Medienkompetenz –
Bürgerrundfunk in Deutschland. Entwicklungen, Strukturen
und Funktionen der offenen Hörfunk und Fernsehkanäle und
der nichtkommerziellen lokalen Hörfunksender. Schriftenreihe
„Dialog: Bürgermedien“, Band 3, Aachen 2005.

Mast, Claudia (Hrsg.): ABC des Journalismus. Ein Handbuch.
Praktischer Journalismus, Band 1, 11. überarbeitete Auflage.
Konstanz 2008.

Matzker, Reiner/Dreyer, Ursula (Hrsg.): Medienwissenschaft. Teil
8: Verständigung über die Verständigung: Aspekte der
Medienkompetenz. Jahrbuch für Internationale Germanistik:
Reihe C, Band 9, Bern 2009.

Mikos, Lothar/Wegener, Claudia (Hrsg.): Qualitative

Medienforschung. Ein Handbuch. Konstanz 2005.

Peterßen, Wilhelm H.: Kleines Methoden-Lexikon. 2., aktualisierte Auflage, München 2001.

Postman, Neil: Das Verschwinden der Kindheit. Frankfurt am Main 1987.

Treumann, Klaus Peter/Meister, Dorothee M./Sander, Uwe et al.: Medienhandeln Jugendlicher. Mediennutzung und Medienkompetenz. Bielefelder Medienkompetenzmodell. Wiesbaden 2007.

II. Juristische Veröffentlichungen:

1. Grundgesetz (idF v. 23.05.1949), Art. 5
2. Rundfunkstaatsvertrag (idF v. 31.08.1991), § 40, Abs. 1, 2

III. Internetquellen:

1. Deutscher Bundesverband Coaching e.V.: <http://www.dbv-c.de/cms/index.php?id=361>, abgerufen am 25.06.2011
2. Dreifuss, Jürg/Leimbacher, Mario: Arbeitsblätter im Rahmen der Projektarbeit „Projektkette Schrift - Bild -Ton“ der Kantonsschule Enge Zürich,
http://docs.google.com/viewer?a=v&q=cache:iku-rEyfR318J:bg.ken.ch/dokumente/dtp_sbt/sbt_arbeitsblaetter-08.pdf+SBT+/+Projektkette+Schrift+-+Bild+-+Ton+/+HMS%2B+/+BG+Kantonsschule+Enge+Z%C3%BCrich+/+Arbeitsbl%C3%A4tter&hl=de&gl=de&pid=bl&srcid=AD-GEESjuKFtZoCPayB8Hek-dp8WFq_ub0hDin2937VxkFhy9-cAuVBUpvqIhTeOk87DYxOLxccxVlfkKa2e5oibvAF0IK3kf9F-saI8Nsd6j4kPpS-

9L2phJdtWeWHxmulXIJPm21jE5T&sig=AHIEtbQ8B-
JYM9f7DC9FdyHXUpi6bQ-l3fA, abgerufen am 25.06.2011

3. <http://www.kindernetz.de/tigerentenclub/filmtrainer/filmstudio/-/id=101106/167a805/index.html>,
 - Menü: Filmstudio
 - Menü: Redaktion
 - Menü: Drehbuch
 - Menü: Kamera, abgerufen am 25.06.2011
4. <http://de.wikipedia.org/wiki/Gerichtsshow>, abgerufen am 15.07.2011, → Quelle befindet sich bei den Einzelnachweisen unter dem Link: Rechtspolitische Sendungen im Fernsehen. Interview mit Bernhard Töpper/ZDF, 29. Oktober 2004, Forum Familienrecht des Deutschen Anwaltsvereins
5. <http://www.industrie-lexikon.de/cms/lexikon/lexikon-p/prozessorientierung.html>, abgerufen am 25.06.2011
6. <http://www.das-neue-herz-europas.de/default.aspx>, abgerufen am 10.06.2011

IV. Persönliche Gespräche und Umfragen:

1. Zimmer, Tanja: Leiterin des Offenen Kanals Flensburg, Experteninterview am 26.05.2011
2. Passantenbefragung am 03.06.2011
3. Webseitenanalyse durchgeführt am 25.05.2011

8 Anhang

a) Das Experteninterview mit Tanja Zimmer am 26.05.2011 von 14 bis 15.00 Uhr

Einleitendes Gespräch

Was fällt Ihnen spontan zu den organisatorischen Regelungen beim Offenen Kanal Flensburg ein?

Schleswig-Holstein ist das einzige Bundesland, das ihre Bürgermedien als Anstalt Öffentlichen Rechts organisiert hat. Da Radio und Fernsehen in Länderhoheit sind und nicht jedes Bundesland auch OKs anbietet, hängt die Ausgestaltung stark von der jeweiligen Landespolitik ab. Je nachdem wie der politische Tonus ist, kann sich bei den Offenen Kanälen beispielsweise ganz schnell etwas ändern, was die Abwicklung oder die Konzeption sowie auch die Finanzierung angeht.

Die Regeln des Offenen Kanals haben sich gewandelt seit 1980. Das hängt nicht nur davon ab, dass man sich als OK selbst Gedanken macht, wie kann ich mich weiterentwickeln, sondern dass auch ganz starker Druck von Außen kommt. Denn „jeder darf sich mal austoben und dafür werden GEZ Gebühren bezahlt“, ist häufig das vorherrschende Bild vom Offenen Kanal und diesem Druck standzuhalten ist eine sich stetig wandelnde Aufgabe.

Der OK Flensburg hat ein großes Alleinstellungsmerkmal, weil sie Anstalt Öffentlichen Rechts sind und komplett aus GEZ Gebühren finanziert werden.

Starke Unterschiede auch beim Zugang. Viele Bürgermedien sind nicht mehr „Bürgermedien“ wie sie es mal waren, wie in Hamburg

zum Beispiel. Dort ist das „Bürgermedium ganz stark angegliedert an die Hamburg Media School (Private Hochschule für Medien).

1. Im Regelwerk steht, dass kommerziell gar keine Werbung gemacht werden darf. Dann hat sich in der Praxis das Regelwerk ja schon verändert, wenn es schon Ländersache ist, die Frage zu klären, wie finanziere ich mein Bürgermedium?

Ja die ursprüngliche Grundidee stammt von Artikel 5 der freien Meinungsäußerung. Aber wo findet es nicht statt? Vielleicht hat man noch einmal eine Chance einen Leserbrief zu schreiben, aber im Fernsehen darf man sich nicht äußern. Der Demokratisierungsanspruch, gleichzeitig aber das zweite Standbein der Bildung. Im Vordergrund standen und stehen also von Anbeginn Medien und Bildung. Der Ansatz ist learning by doing. Durchs eigene Tun zu erfahren, wie vermittele ich bestimmte Aussagen und wie kann ich Aussagen bekräftigen indem ich beispielsweise mit der Kameraeinstellung spiele. Wie habe ich grundsätzlich Einfluss auf das, was beim Zuschauer ankommt, wenn ich als Produzent hinter der Kamera stehe. Insofern war der OK oder Bürgermedium schon immer Bildungsarbeit (Notiz→ technische Fortbildung, Bewusstmachung der Manipulationsmöglichkeiten).

Nur das Stichwort „Medienkompetenz“ ist erst Mitte dieses Jahrzehnts ganz stark in der Fokus gerückt. So ist es dazu gekommen, dass wir beim OK wussten „Ok dieses Feld müssen wir auch mit aufnehmen“.

2. Stichwort Wandlung: Zu Beginn ging es darum den Leuten den technischen Weg der Produktion nahezubringen,

was gehört zu einer Fernsehproduktion, welche Kameraeinstellung vermittelt was. Damit der Rezipient in der Lage ist, kritisch zu sein und zu sehen, das was im Fernsehen dargestellt wird, ist manipulierbar und in den seltensten Fällen in Wirklichkeit so, wie es gezeigt wird. Hauptintention ist der „kritische Blick für die Medien“. Jetzt kommt zusätzlich dazu, dieses große Angebot an medialen Inhalten zu filtern. Mit dieser Menge an Information umgehen zu lernen. Dieser zweite Stichpunkt (Medienkompetenz) auch gerade bei Jugendlichen, der erst mit den Jahren dazugekommen ist und parallel zu dem stetig wachsenden Angebot immer wichtiger geworden ist.

Das ist genau der Punkt. Es gibt zwei Gründe warum es sich verändert hat. Einmal: Verschmelzen die ganzen Medien zu „Multimedia“, man kann ja schon gar nicht mehr sagen, es gibt nur Fernsehen oder es gibt nur Radio. So ist die Produktion sehr niederschwellig geworden. Jeder hat heutzutage beispielsweise einen PC und kann mit den einfachsten Dingen produzieren, ganz gleich ob es Radio oder Fernsehen ist. Das heißt dann in der Praxis, man macht dann einfach ein Video für Youtube. Letztendlich ist das Medium identisch, egal wie man produziert hat. Man kann nicht mehr sagen, es gibt nur noch das eine oder nur noch das andere Medium, sondern es verschmilzt, weil der Produktionsprozess nicht mehr ausschließlich als Spezialist stattfindet, sondern es verallgemeinert sich. Medien verallgemeinern sich. Der Zugang verallgemeinert sich. Das heißt also im Umkehrschluss, viel mehr Menschen haben Zugang. Also sollte der Auftrag sein auch noch mehr aufzuklären. Weil gerade da

das Bedürfnis da ist sich auszudrücken, aber da lauern auch viele Fallen. Wo kann man da präventiv zuarbeiten. Das ist der Auftrag, der dahinter steckt.

3. Interessant ist der Punkt, dass die Menschen auch einfach mal sehen, welche Möglichkeiten der Manipulation in den Medien gegeben sind.

Das war auch schon in den Anfangszeiten ein Teil des Auftrages. Durch „Selberproduzieren“ und durchs eigene Tun zu sehen, wo liegen da die Fallen und wie kann ich bestimmte Wirkungen bewusst beeinflussen und jemanden ins Positive oder ins negative beeinflussen.

4. Erstaunlich, dass es damals schon eine Weitsicht gab, was die Manipulationsmöglichkeiten betrifft, das hat sich ja im Laufe der Jahre sehr rasant weiterentwickelt.

Ich glaube das gehört zu Bildung dazu, dass man egal in welchem Jahrhundert man sich befindet einen kritischen Blick entwickelt, egal wer was einem erzählt. Nicht gleich alles für bare Münze zu halten. Den kritischen Ansatz der Werbung beispielsweise gab es schon immer und wir können dem entgegenwirken, indem wir die Bürger beteiligen. Ihnen die Chance geben den ganz eigenen Blick auf die Sache zu werfen. Um ein Instrument zu haben sich selbst auszudrücken und nicht nur zu konsumieren. Bei uns gibt es beispielsweise ein Seminar für Jugendliche, das heißt „Nicht glotzen, selber machen“.

5. Geschichte des OK Flensburg:

Gründung, wann und durch wen?

Die erste Ausstrahlung?

Probleme?

Einschneidende Veränderungen?

Ja es gab schon einschneidende Veränderungen, das hatte jedoch nichts mit dem OK an sich zu tun sondern mit der Politik.

Seit dem 18.03.1995 ist der OK Flensburg auf Sendung. Das verlief ohne Probleme. Die Stadt war glücklich, dass der OK Schleswig-Holstein, so heißen wir eigentlich, ein Standbein im Norden haben wollte. Vorher gab es nur in Kiel und in Lübeck einen OK. Zwei Jahre später wurde dann noch einer eröffnet in Heide, damit hat man versucht, auch das Land weitestgehend abzudecken. Im Jahre 2006 ist es zu der Entscheidung gekommen, dass die Landesmedienanstalt Schleswig-Holstein und Hamburg fusionieren um Geld zu sparen. Da vorher die ULR (Unabhängige Landesanstalt für Rundfunk und Medien) Schleswig-Holstein die Trägerin des OK Flensburg war, nun aber aufging mit der Medienanstalt Hamburg, gab es Handlungsbedarf. Denn: in Hamburg war die Freude darüber einen Offenen Kanal zu erben nicht ganz so groß und so hat man sich dazu entschlossen im Rahmen dieser Fusionierung uns als Bestandteil „herauszuoperieren“. Wir sind also nicht mehr in Trägerschaft der gemeinsamen Landesmedienanstalt von Hamburg und Schleswig-Holstein, sondern zum 01.10.2006 eigene Anstalt Öffentlichen Rechts geworden. Der OK Flensburg ist also Teil des Offenen Kanal Schleswig-Holstein. Die Anstalt Öffentlich Rechts heißt „Offener Kanal Schleswig-Holstein“. Dieser hat verschiedene Standorte. So auch den Standort Flensburg. Der Verwaltungssitz befindet sich in Kiel.

6. Wie läuft eine Produktion ab? Von der Anfrage bis zur Ausstrahlung? Wer kommt auf wen zu? Wer macht was? Wer ist beteiligt?

Da wir ein Bürgerfernsehen sind, kommen die Bürger mit einem Anliegen auf uns zu. Manchmal ist es so, dass die Leute es verwechseln. Sie haben dann mal über fünf Ecken gehört, dass es da die Möglichkeit gibt etwas professionell aufnehmen zu lassen, also „Die“ kommen dann und filmen Deine Veranstaltung. Denn überall sind unsere Aufkleber drauf und wenn man niemanden fragt, dann weiß man nicht, sind das Angestellte oder wer ist da, der mit diesem Equipment durch die Gegend geht. Und so kommt es zustande, dass die Menschen denken: „das ist wie bei RTL, ruf dort mal an, die schicken dann ein Team.“ Es fängt eigentlich fast immer so an, dass jemand bei uns anruft und fragt ob wir nicht einmal ein Team anlässlich einer 150 Jahr Feier vorbei schicken könnten, das die Veranstaltung filmt. (Notiz→ Bekanntheitsgrad) Dann betreibt man am Telefon gleich schon Aufklärungsarbeit und stellt richtig, dass dort kein Team kommt, sondern, dass man es selber machen kann. Das heißt, der OK stellt das Know How und das Equipment kostenfrei zur Verfügung und jemand aus den eigenen Reihen muss selber filmen. Und erfahrungsgemäß findet sich eigentlich immer ganz schnell jemand, der das sowieso schon immer einmal lernen und durchführen wollte. Mit dieser Person machen wir dann einen Termin aus. Dieser bringt dann für die erste technische Einweisung eine Stunde Zeit mit und lernt erst einmal wie das Kamerageschehen funktioniert. Diese Einweisung ist keine Pflicht, wird aber von den meisten immer wahrgenommen, da wir keine kleinen Handkameras besitzen und verleihen sondern

professionelle Geräte, bei denen man auch viele Einstellungsmöglichkeiten hat. Man kann beispielsweise ein externes Mikrofon anschließen und diese sind dann auch dementsprechend groß. Um dort durchblicken zu können, braucht man auf jeden Fall eine technische Einweisung. Dann leiht sich diese Person die technischen Geräte aus und filmt die Veranstaltung oder ihr Anliegen auf das sie aufmerksam machen möchten und kommen danach mit dem gedrehten Material zurück zu uns in den OK. Dann bekommen sie eine Schnittplatzeinweisung. Das Schneiden geschieht mittlerweile fast ausschließlich am PC. Die Einweisung kann nach Vereinbarung persönlich erfolgen oder aber man nimmt vorher an einem der angebotenen öffentlichen Seminare zu diesem Thema teil. Diese finden allerdings nicht jede Woche statt. Dann wird am lebenden Objekt geübt und das eigene Material beschnitten. Dies legt jeder ganz unterschiedlich aus. Einige fangen ganz normal an zu schneiden andere über erst einmal nur. So lernt man peu a peu mehr und kann das Gelernte verfeinern. Inhalt einer solchen Einweisung ist beispielsweise das Nachvertönen, das einspielen von Musik und Geräuschen, sowie das einblenden von Text. Danach muss man selber zurechtkommen. Jedoch sind hier im Gebäude auch immer Kollegen vor Ort, die gerne Hilfestellung leisten. Das ist das Prinzip, das wir verfolgen: Einmal eine Einweisung bekommen und dann alleine das Erlernte anzuwenden. Wenn das Werk dann fertig ist, kann es zur Sendung angemeldet werden.

7. Sie geben ja auch journalistische Einweisungen. Nehmen viele dieses Angebot in Anspruch?

Das wird leider nicht so oft in Anspruch genommen. Wir haben es jetzt auch ausgelagert. Wir bieten Seminare mit dem Namen „Jour-

nalismus im Fernsehen“ an und diese sind dann auch ganz gut besucht. Das ist nicht der springende Punkt. Ich hätte zwischendurch auch gerne, dass jemand, der sich eine technische Einweisung geben lässt, dort mal fragt „Sag mal, wie kann ich das denn Rechertech-nisch und inhaltlich lösen?“ Da denken die Leute zu wenig dran. Denn die meisten Menschen glauben, in dem Moment, in dem ich die Technik beherrsche, kann ich alles. Sie haben dann nicht den nötigen Abstand oder besser gesagt den professionellen Abstand zu sagen: „Journalistisch muss ich mich noch weiterentwickeln.“ Hier kommt natürlich dann die Frage auf, in Zeiten von Internet und Zugang, jeder kann heutzutage Videos hochladen, ob es da eigentlich noch Sinn macht OKs einzurichten. Ich denke, das ist genau der Punkt. Die Menschen verlieren dadurch, dass sie so einen leichten Zugang bekommen einfach den Abstand, auch den Abstand zu sich selbst. An dieser Stelle findet dann ein Prozess statt: die Menschen finden das ganz toll einen Film zum ersten Mal hochzuladen. Es fällt ihnen dann jedoch schwer zu reflektieren, von sich selbst Abstand zu nehmen und objektiv zu beurteilen, ist das eigentlich gut, was ich da gerade gemacht habe. Und genau dafür sind wir da. In dem Moment, in dem jemand bei uns schneidet und zwischendurch immer mal nachfragt, nehmen wir natürlich keinen Einfluss auf den Inhalt, aber wenn mir auffällt, da ist irgendwas missverständlich oder die ein oder andere Schwäche vorhanden, dann sage ich natürlich auch: „Hör mal, Dein Film ist gut, aber dort könntest Du noch dran arbeiten.“ Und das ist schon auffällig, dass im Zuge der technischen Entwicklung, der journalistische Aspekt in den Hintergrund tritt. Die Leute holen sich nämlich ihr Feedback in ihrem sozialen Umfeld und diese wieder-

um finden das natürlich nur „geil“, dass dort jemand überhaupt einen Film gemacht hat und man den bei Youtube ansehen kann. Da fällt die Reflexion unter den Tisch, sich den Beitrag einfach auch mal inhaltlich zu betrachten. Da fehlt dann auch der Anspruch. Da geht es nur darum, dass man aus seinem Umfeld positives Feedback für die reine Veröffentlichung bekommt und danach reflektiere man auch nicht mehr.

8. Die Balance zwischen inhaltlicher und technischer Aufklärung ist auf Seiten der Produzenten größtenteils nicht vorhanden. Das Bewusstsein, dass außerhalb der Technik noch sehr viel mehr dazugehört einen Beitrag zu produzieren.

Wir können natürlich jetzt keine journalistische Ausbildung bieten, das ist ganz klar. Das ist auch gar nicht das Ziel. Jedoch würde ich mir schon wünschen, dass die Menschen da etwas selbstkritischer werden und auch von sich aus einfach mal nachfragen. Denn der Sachverstand ist ja vorhanden. Und wir dürfen ja von uns aus auch keinen Einfluss auf den Inhalt nehmen. Das ist besonders schwierig dort die Waage zu halten, wo darf ich etwas sagen und wo nehme ich mich zurück. Aber jeder von uns hat dort eine gesunde Einstellung auch zu sagen, wenn mir da jetzt etwas auffällt, dann sage ich auch was. Und auch nur vor dem Hintergrund, dass der Produzent es ja auch nicht übernehmen muss. Es sind dann nur Anregungen.

9. Was erwarten die Produzenten von der Produktion eines Beitrages?

Der Punkt ist, die meisten möchten das, was sie selbst erleben auch mal gerne filmen und im Fernsehen sehen. Meistens in Form von Veranstaltungen und die meisten verlassen die Situation des Abfil-

mens nicht und gehen einen Schritt weiter auf die journalistische, inhaltliche Ebene. Denn: es ist einfacher eine Veranstaltung „nur“ abzufilmen als sie journalistisch aufzuarbeiten. Fakt ist, dass man eine Veranstaltung nicht eins zu eins fünf Stunden lang mitfilmen muss. Die eigentliche Arbeit beginnt erst später im Schnitt. Dort macht man sich seine eigenen Gedanken zu der Veranstaltung und genau dort beginnt auch die journalistische Arbeit. Es gibt diese Leute, die haben diesen Anspruch, die haben dann beispielsweise ihren eigenen Text zu ihrem Werk und die machen dann auch ganz tolle kurze, knackige Sachen, aber das kostet natürlich sehr viel Zeit. Sehr auffällig ist auch, dass die Leute sich nicht von Ihrem Material trennen wollen. Der Tonus lautet dann immer: „Das habe ich alles unter Blut, Schweiß und Tränen gefilmt und das ist auch alles toll!“ Aber genau so ist es eben nicht. Tendenziell sind die Beiträge leider immer zu lang. Man kann es auch kürzer machen, diesen Anspruch haben viele jedoch nicht. Da ist dann bei diesem regionalen Charakter das Problem, wenn man den Beitrag beschneidet, dass dann die Hälfte der Dagewesenen ankommt und fragt: „Warum hast Du mich denn rausgeschnitten?“

Aus diesem Grund kann man jetzt auch die mobilen Fernsehstudios mieten. Diese ermöglichen mithilfe von drei Profikameras eine Liveaufzeichnung. Dieses meint, dass man während der Aufzeichnung schon mischen kann. Man hat also die Chance während der Veranstaltung aus drei Kameras auszuwählen und einen Beitrag zusammenzuschneiden. Am Ende der Veranstaltung hat man also auch gleich das fertige Produkt in der Hand. Im Klartext heißt das, dass zum Aufzeichnen etwas mehr Leute gebraucht werden, zusätzlich

braucht man auch noch mehr Zeit um das Ganze auf- und abzubauen, jedoch ist mit der Veranstaltung auch meine Arbeit vorbei. Die Schnittplatzarbeit fällt also somit weg.

Der Schwerpunkt der Menschen, die zu uns kommen liegt definitiv auf dem regionalen Charakter. Das ist der innere Antrieb der Produzenten. Ein lokales Ereignis mit anderen aus der Region zu teilen oder einfach nur bekannt zu machen. Als schönes Beispiel für politische Beweggründe ist hier die Atompolitik zu nennen. Als das AKW in Fukushima explodierte, haben die Leute sich bei uns die Kameras und mobilen Fernsehstudios geliehen und sind damit zu den Aufklärungsveranstaltungen gefahren. Sie haben diese mitgeschnitten und gesendet, damit alle anderen, die nicht dabei waren auch über Gefahren und Risiken aufgeklärt wurden.

10. Gibt es Richtlinien bei der Ausstrahlung, was die Zeiten und die Auswahl anbelangt?

Wer zuerst kommt, malt zu erst. Ein Beitrag soll zwischen fünf Minuten und zwei Stunden lang sein. Alles, was länger ist, bedarf der Genehmigung durch die Leitung. Damit niemand durch seine Sendungen das Programm beherrscht um möglichst für alle einen gleichen Zugang zu schaffen.

Programmbeginn ist in der Woche gegen 13.00 Uhr danach senden wir bis circa 19.30/19.45 Uhr, das hat mit unseren Öffnungszeiten zu tun. Freitag und Samstag ist das äquivalent, dort haben wir bis um 22 Uhr geöffnet, gegen 21.45 Uhr sollte dann also spätestens Schluss sein. Dieses hängt natürlich auch immer davon ab, wie lang die Beiträge sind. Im nächsten Jahr kommt noch eine große Neuerung auf uns zu, die das Thema des Sendebeginn und Sendeschlus-

ses auch noch einmal verändert. Wir werden nämlich im nächsten Jahr unsere Sendeabwicklung komplett digitalisieren, das heißt, es wird alles über Computer gesteuert. Dann ist es nämlich auch möglich auch außerhalb unserer Öffnungszeiten zu senden. Jetzt sitzt dort wirklich noch jemand und macht die Abwicklung noch manuell, was bedeutet, dass alles, was außerhalb der Öffnungszeiten stattfinden soll, nicht passieren kann. Diese technische Neuerung wollten wir nutzen um nach Sendeschluss um 20.00 Uhr das Programm einfach noch einmal zu wiederholen. Das heißt, dass das, was bei Programmbeginn um 13.00 gesendet wurde, nach 20.00 Uhr wiederholt beginnt. So haben wir auch eine Nachtschleife.

11. Kann man die Einschaltquoten messen?

Nein, die können nicht gemessen werden. Wir haben 75.000 angeschlossenen Haushalte und es ist auch gar nicht Sinn das zu messen. Das wäre auch viel zu teuer.

12. Wie schätzen Sie den Bekanntheitsgrad und die Akzeptanz des OK ein?

In Flensburg direkt ist der Bekanntheitsgrad und die Akzeptanz natürlich sehr viel höher als in der Region. Trotzdem ist es für die Leute, die von außerhalb kommen immer noch ein Angang extra in die Stadt zu kommen, um hier bei uns etwas zu machen. Die Hauptnutzerzahl kommt aus Flensburg selbst und nicht aus den Randregionen unseres Sendegebietes.

13. Wie lange gibt es das Angebot Ihrerseits zum Thema Medienkompetenz schon?

Seit Beginn gibt es dieses Angebot schon, also seit 1995. Die Themen haben sich mit den Jahren verändert, aber das hat etwas damit

zu tun, dass sich die Zeiten ändern. Grundlegende Sachen, wie die Produktionsmechanismen von Fernsehen sind immer dabei gewesen. Was neu dazu gekommen ist, ist Internet und Multimedia.

Diese Seminare sind immer sehr gut besucht. Ein journalistisches Seminar, geben wir beispielsweise zwei Mal pro Semester. An diesem Seminar können dann maximal 20 Leute daran teilnehmen.

14. Für wie wichtig erachten Sie das Lehren von Medienkompetenz?

Für mich ist es ein ganz zentraler Bestandteil, gerade weil der Zugang zu Medien so besonders einfach geworden ist und man immer noch sieht, dass gerade die Jugendlichen, die mit den Medien aufwachsen eine Art Urvertrauen haben, das eigentlich leider gar nicht gerechtfertigt ist und viele die Konsequenzen ihres Handelns bis zum Letzten gar nicht begreifen oder hinterfragen. Das ist schon kritisch. Da hat sich viel geändert, vielleicht auch weil die Eltern über die Dimensionen nicht mehr hinaus schauen können. Früher war das immer so, naja wie lange darf mein Kind fernsehen, aber jetzt ist es ja nicht nur der Fernseher, den man zu bewachen hat als Elternteil. Jetzt geht's darum, was mache ich mit dem Handy. Mit dem Handy kann man auch ins Internet gehen, man kann smsen, man kann damit Filme drehen, Musik hören. Das Handy ist schon zu einem zweiten Internet letztlich geworden. Dazu kommt das Internet selbst und die Computer etc. Viele ältere kommen damit auch einfach nicht mehr mit und haben nicht die Traute zu sagen: „Nun reiß dich mal zusammen. Du darfst das einfach nicht.“ Sie werden dann von ihren Kindern belächelt.

15. Glauben Sie die Wichtigkeit der Medienkompetenz wird immer noch unterschätzt?

Ja klar. Immer noch. Vielleicht ist das Bewusstsein sicherlich größer geworden, aber es wird immer dadurch gebremst, dass diejenigen, die jetzt zwischen dreißig und vierzig sind, so eine Zwischengeneration sind, die zwar die Anfänge mitbekommen hat, aber diesen rasanten Entwicklungen nicht standhalten kann, wenn man sich nicht so reinkniet. Im Prinzip sind diese Erneuerungszyklen ja alle 12 Monate. Bei denen, die jetzt so Kinder im Alter von 13-15 Jahren haben, ich glaube die haben große Schwierigkeiten, weil sie es einfach nicht mehr überblicken und dann gesagt haben, ich brauche das beruflich nicht. Ich habe vielleicht einen Internetanschluss und für den Hausgebrauch eine Email schreiben kann ich, aber das Wissen dann auch nicht weitervermitteln können, weil es auch einfach zu komplex geworden ist.

16. Ist das Lehren von Medienkompetenz Teil des Lehrplans an Schulen?

Nein, Kultur ist ja auch Ländersache, es gibt kein Fach Medienkompetenz, es gibt eine Untersuchung. Eine Studie aus dem letzten Jahr der Uni Hamburg, die haben untersucht, inwiefern Lehrerinnen und Lehrer eigentlich mit Medienkompetenz besetzt sind, um es auch in der Schule weiterzugeben und sind zu einem katastrophalen Urteil gekommen. Zur Zeit ist es so, dass in vielen Bundesländern, Medienkompetenz so ein Querschnittsfach ist, das heißt also, es wird im Fach Deutsch behandelt, wenn man Deutsch studiert. Dort darf man dann einen Film machen zu einem Thema, aber es gibt kein Fach Medienkompetenz. Das heißt man versucht die Medien immer einzeln

in das Studium einfließen zu lassen, aber es gibt keine Grundkompetenzschulung sage ich mal. Insofern ist es meiner Meinung nach komplett der falsche Weg. Ich bin schon der Meinung man sollte Medienkompetenz gezielt als Studienfach, als Pflichtstudienfach im Bereich der Lehrerausbildung einführen. Sonst hat es keinen Zweck, weil viele Leute schummeln sich dann so durch und so kommt man nicht weiter.

17. Sprechen Sie mit dem OK Flensburg eine bestimmte Zielgruppe an?

Nö. Aber wir haben eine Spezialzielgruppe und das sind die Multiplikatoren. Wir haben jetzt einen Kooperationsvertrag mit der Uni geschlossen, seit einem halben Jahr gehört uns dieses Gebäude und die Uni hat jetzt eine Etage höher zwei Räume gemietet und will hier Medienprojekte anbieten. Und wir versuchen die Uni dann soweit es geht nicht nur mir Equipment sondern auch mit Know How dabei zu unterstützen. Von daher denke ich, dass wir auf einem guten Weg sind.

18. Zur Werbung. Laut Gesetz darf der OK ja nicht werben. Dürften denn die Produzenten Werbung für ihre Filme machen?

Ja klar. So lange es nicht darum geht, dass irgendwie etwas kommerziell genutzt wird, darf man das natürlich gerne machen. Man kann für sich selbst Plakate drucken und überall aushängen, das ist gar kein Problem. Aber mit Werbung ist an sich die klassische Form der Werbung gemeint, das heißt also Leistung Gegenleistung. Ich dürfte jetzt nicht mit dem Equipment des Offenen Kanals einen Werbespot

oder irgendetwas drehen, was ich dann gegen Geld weiterverkaufe.
Das ist verboten

19. Dürfte der OK an sich für sich und sein Angebot werden?

Ja klar.

20. Machen Sie das auch?

Das machen wir nur außerhalb der Sendezeit, weil die Sendezeit gehört ja den Nutzern und den Produzenten. Wir werben über unsere Infotafeln, wir versuchen natürlich auch über die Homepage viel zu machen. Über unsere „Aktuell“ Seite weisen wir auf verschiedene laufende Projekte hin. Auf diese Art und Weise so das „Machen und Tun“ einfach wirken zu lassen. Ich denke, alles andere würde zu viel Geld kosten, jetzt Anzeigen zu schalten, das gibt man besser woanders aus, das Geld, das ist zu teuer. Ansonsten versuchen wir so bekannt wie möglich zu werden so wie es denn geht.

21. Haben sie schonmal daran gedacht mit Facebook zu werben?

Ja diese Überlegung gibt es, nur das kann nicht ein OK für sich entscheiden, das würde dann zentral über den OK Schleswig-Holstein gehen. Wir haben da schon mal so eine Arbeitsgruppe gehabt. Und es ist auch das Bestreben so etwas zu tun, nur muss man auch jemanden haben, der so etwas pflegt. Und das wäre eine totale Zusatzaufgabe, denn wenn man bei Facebook ist und nicht aktuell ist, ist man auch nicht „in“. Und dann geht das auch ziemlich schnell nach hinten los, wenn man dann Einträge sieht, die dann zwei, drei, vier Tage alt sind und da tut sich nicht. Wir können es personell einfach nicht leisten, dass da jemand sich ausschließlich darum kümmert. Das ist ein bisschen problematisch.

22. Verbreitung und Empfang: Sonderkanal 8 steht überall zum Empfang. Was heißt das genau?

Sonderkanal 8 im Flensburger Kabelnetz. Über Schüssel kann man uns nicht empfangen. Und auch nur über analoges Kabel. Das ist der nächste Punkt zur Digitalisierung. Ich glaube bisher haben 10-15% einen digitalen Kabelanschluss und im digitalen Kabel sind wir nicht drin. Das ist auch hier in der Grenzregion ein bisschen problematisch, weil im analogen Kabel, in dem wir auch drin sind, sind zum Beispiel auch die beiden dänischen Sender für die dänische Minderheit mit eingespeist. Das heißt, die Dänen, die dänische Minderheit hier im Süden, südlich der Grenze, kann dänisches Fernsehen sehen und zwar nicht über Schüssel sondern über Kabel. Das ist natürlich gewollt so gemacht, um der Minderheitensituation gerecht zu werden. Und die fallen aus dem digitalen Kabel auch raus. Deswegen hat man hier in Flensburg noch nicht so große Anstrengungen gemacht, die Umstellung weiterzuführen. Normalerweise soll, glaube ich, bis 2015 das analoge Kabel abgeschaltet werden. Jetzt läuft es noch parallel, es unterscheidet sich letztlich nur darin, was für eine Art Empfänger man hat. Hier oben ist das Einzugsgebiet von Kabel Deutschland, wenn ich dann digitales Kabel bestelle, kriege ich einfach einen digitalen Empfänger und kann plötzlich andere Programme empfangen, HD zum Beispiel. Und vorher gab es einen analogen Empfänger und da kann man dann 30-35 Programme, glaube ich, empfangen; unter anderen auch das dänische Fernsehen und uns. Aber mehr als 35 gibt es auch gar nicht im analogen Kabel. Und im digitalen Kabel sind es natürlich Millionen Sender, die man sehen

kann. Und da würden wir dann auch so ein bisschen drin verschwinden.

Für den regionalen Charakter ja eigentlich auch nur vorantreibend.

23. Mit wem kooperieren Sie? Gibt es spezielle Gründe?

Aus reinem Interesse. Das ergibt sich dann manchmal auch durch gemeinsame Projekte. Also wir machen viel mit der Uni zusammen. Mit anderen Bildungsträgern, die auch zum Beispiel mit Video arbeiten wollen. Wir haben eine gute Kooperation mit dem dänischen Aktivitätshaus. Wir haben gute Kontakte nach Aabenraa zum Lokalfernsehen dort. Und das ergibt sich dann einfach aus den gemeinsamen Projekten. In dem Moment, in dem wir Multiplikatorenarbeit leisten können, arbeiten wir ganz viel mit verschiedenen Einrichtungen zusammen, weil es einfach auch den ökonomischen Vorteil hat. Über Multiplikatorenarbeit kann man im Endeffekt noch mehr Menschen erreichen, als wenn man Einzelfallbetreuung macht. Stichwort Mundpropaganda.

24. Wie ist Ihre persönliche Intention mit dem OK? Was steckt bei Ihnen persönlich dahinter?

Also ich bin schon, muss ich sagen, fast Überzeugungstäterin. Ich finde das total wichtig. Ich habe während meines Grafikdesignstudiums auf der anderen Straßenseite beim NDR gejobbt. Beim Fernsehen und beim Hörfunk. Und von daher bin ich während meines Studiums schon von der anderen Seite zu den Medien gelangt und fand das immer schon spannend und habe hinter den Kulissen gestanden und gesehen, wie man Medien macht und beeinflussen kann, wenn man es gerne möchte. Oder wie man etwas in das rechte Licht rückt

um das einfach mal so doppeldeutig zu formulieren. Und was hinter so einer Produktion eigentlich steckt. Und das hat mich schon fasziniert, als dann diese Stelle ausgeschrieben war, hab ich gedacht: „Wow das ist ein cooler Job, bewirb Dich doch einfach mal.“ Seitdem bin ich hier. Und finde das auch sehr wichtig. Ich habe noch einen Lehrauftrag hier an der Uni, dort mache ich auch Medienbildung im Fach Kunst und tatsächlich aus Überzeugung. Ich sehe das sogar nicht nur aus dieser aufklärerischen Seite, sondern auch von der kreativen Seite. Ich find's toll, wenn man Medien kreativ einsetzt, um sich auszudrücken. Nicht nur auf der journalistischen Ebene, die mir hier manchmal auch zu kurz kommt, sondern mein persönliches Anliegen ist auch eher die Kreativitätsschiene, die ich im Vordergrund sehe, wenn ich das mal so von meinem Job hier loslöse. Um zu sehen, was kann ich mit Bildern eigentlich alles machen?

Vielen Dank für das nette Gespräch Frau Zimmer.

Randnotizen:

- einige OKs in Deutschland finanzieren sich mit eingetragenen Vereinen zusammen.
- In einigen Bundesländern ist sogar Product Placement erlaubt
→ ganz unterschiedliche Konzepte, je nach Region (große regionale Unterschiede)

Legende:

- OK: Offener Kanal

b) Die Fragebögen

Der Passantenfragebogen

1. Kennen Sie den Offenen Kanal?
☐ ja
☐ nein
2. Wenn ja, wissen Sie, was Hauptbestandteil dieser Institution ist?
3. Sind Sie Rezipient des Offenen Kanals?
☐ ja
☐ nein
4. Hätten Sie ein rein hypothetisches Interesse daran einen Beitrag zu produzieren und zu veröffentlichen?
☐ ja
☐ nein
5. Wenn ja, welches der folgenden Ziele würde bei einer Ihrer Produktionen im Vordergrund stehen?
☐ Ich möchte meine Region über ein Thema informieren (Ziel 1)
☐ Ich möchte in einer Gruppe (ob mit Freunden oder mir völlig Unbekannten) gemeinschaftlich ein Projekt auf die Beine stellen (Ziel 2)
☐ Ich möchte etwas über die technische und inhaltliche Produktion eines medialen Beitrages lernen (Ziel 3)
6. Wussten Sie, dass der Offene Kanal Flensburg eine große Bandbreite an Seminaren zum Thema Medienkompetenz anbietet?
☐ ja
☐ nein
7. Was stellen Sie sich unter dem Begriff Medienkompetenz in einem Satz vor?
8. Von Ihrer eigenen Definition ausgehend: Für wie wichtig halten Sie das Erlernen von Medienkompetenz heutzutage?

- ☐ für sehr wichtig, es sollte beispielsweise fester Bestandteil der Lehrpläne werden
 - ☐ für nicht zwingend notwendig, wer Lust dazu hat, soll ein Seminar besuchen
 - ☐ für überflüssig, da sich jeder selbst den Umgang mit Medien beibringen kann
9. Warum ist Ihrer Meinung nach der Bekanntheitsgrad des Seminarangebotes des Offenen Kanals und dessen Akzeptanz nicht so hoch?
- ☐ weil zu wenig geworben und über das Angebot informiert wird
 - ☐ weil das ganze Konzept etwas ist, was man heutzutage bei dem großen Angebot an Medien nicht auch noch braucht
 - ☐ der Offene Kanal ist doch sehr bekannt und akzeptiert

Der Mitarbeiterfragebogen

1. Welchem dieser drei Ziele folgt der Offene Kanal Flensburg Ihrer Meinung nach am meisten?
- ☐ Qualifizierung der lokalen Kommunikation (Ziel 1)
(Wir möchten, dass die Bürger die Chance bekommen über ihre Region zu informieren)
 - ☐ Soziale Qualifizierung von Bürgern (Ziel 2)
(Wir möchten den Bürgern die Chance geben, in einer Gruppe (ob mit Freunden oder völlig Unbekannten) gemeinschaftlich ein Projekt auf die Beine zu stellen)
 - ☐ Kommunikative Qualifizierung von Rezipienten (Ziel 3)
(Wir möchten unser Wissen über die technische und inhaltliche Produktion, sowie den Umgang mit den Inhalten eines medialen Beitrages weitergeben)
2. Welchem dieser drei Ziele folgen die Produzenten am meisten?
- ☐ Ziel 1
 - ☐ Ziel 2
 - ☐ Ziel 3

3. Was verstehen Sie unter dem Wort Medienkompetenz bezogen auf den Offenen Kanal?
- ☐ Die Rezipienten sollen einen Einblick in die technische Produktion von Medien erhalten
 - ☐ Die Rezipienten sollen den Umgang mit den Inhalten des stetig wachsenden medialen Angebots lernen (Individuelle Selektion)
 - ☐ beides
4. Für wie wichtig erachten Sie das Erlernen von Medienkompetenz in der heutigen Gesellschaft?
- ☐ für sehr wichtig, sowohl bei Jugendlichen als auch bei Erwachsenen. Es sollte ein Muss in den Schulen sein
 - ☐ für eine Kann-Bestimmung, aber nicht zwingend notwendig
 - ☐ für gar nicht wichtig, jeder kann sich den Umgang selbst beibringen
5. Woran liegt es Ihrer Meinung nach, dass die Produzenten häufig denken, dass die Arbeit direkt nach dem Filmen beendet ist und journalistische Darstellungsformen für nicht notwendig gehalten werden?
- ☐ fehlende Aufklärung durch die Gesellschaft
 - ☐ eigenes Desinteresse der Rezipienten/Produzenten
6. Woran liegt es, dass das Seminarangebot die Medienkompetenz betreffend nicht sofort mit dem Offenen Kanal verbunden wird bzw. nicht so bekannt ist?
- ☐ die Menschen nehmen sich zu wenig Zeit und erachten es als nicht so wichtig, es interessiert sie einfach nicht
 - ☐ der Offene Kanal macht zu wenig Werbung dafür
 - ☐ es ist doch sehr bekannt
7. Wie ist Ihre persönliche Meinung zum Konzept des Offenen Kanals?
- ☐ Es ist gut so, wie es ist
 - ☐ Es gibt hier und da Kleinigkeiten zu verbessern

- Es gibt sehr viele Dinge, die verändert und neustrukturiert werden müssen
- 8. Falls Ihrer Meinung nach Verbesserungen nötig sind, haben Sie einen konkreten Vorschlag eine bestimmte Sache betreffend?

c) Webseitenanalyse durchgeführt am 25.05.2011

- Sechs Reiter in der oberen Leiste
- Navigationsleiste auf der linken Seite, individuell für jeden Reiter anders

1. Reiter: informieren

- Aktuelles
- Neue Filme
- Was ist der Offene Kanal?
 - Sehr ausführlich
- Team
- Stellen/Ausschreibungen
- Positionen
 - vergangene und zukünftige Arbeiten
- Publikationen
 - eine Art Archiv mit dem Fokus auf Veröffentlichungen über den Offenen Kanal
- Rechtsfragen
- Service

2. Reiter: sehen

- Offener Kanal Flensburg
- Programmübersicht
- Sehen on Demand
 - exemplarische Beiträge aus 2010
- Feste Sendeplätze
 - Gut gestaltet, Regelwerk gut genutzt
- Sendegebiet

- Videotext
 - noch kein Text
- Lauftext
 - noch kein Text
- Ausstellungen

3. Reiter: lernen

- Medienkompetenz
 - gut aufgebaut und ausgearbeitet
 - gutes Angebot, welches den Umgang mit Medien thematisiert
- OK-Medienakademie
- Medienkompetenz für Schulen
- Medienkompetenz für Lehrer/Multiplikatoren
- Medienkompetenz für Schüler/Jugendliche
- Medienkompetenz für Schulklassen
- Medienkompetenz für Eltern
- Medienkompetenz für Senioren
- Ausbildung/Praktikum

4. Reiter: machen

- Mitmachen
 - gute Erklärung der Inhalte
- Wettbewerbe
 - gute Idee
- Projekte
- Sendungen
- TV-Technik
- Multimedia-Technik
 - Aufzählen der technischen Geräte und des Seminarangebots
- Mobile Studios
 - noch kein Text

- Redaktionen TV
 - Informationen über regionales Theaterangebot

5. Reiter: finden

- Suche
- Rundgang
 - Gebäudeplan
- Termine
 - noch kein Text
- Öffnungszeiten
- Außenstudios
- Links
- Impressum/Disclaimer
- Seitenübersicht

6. Reiter: kommunizieren

- Kontakt
- Nutzerportraits
 - noch kein Text
- Presse
- Kooperationen
- FAQ
- Gästebuch
 - letzter Eintrag im Februar → schlechte Pflege

9 Selbstständigkeitserklärung

Hiermit erkläre ich, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig und nur unter Verwendung der angegebenen Literatur und Hilfsmittel angefertigt habe.

Stellen, die wörtlich oder sinngemäß aus Quellen entnommen wurden, sind als solche kenntlich gemacht.

Diese Arbeit wurde in gleicher oder ähnlicher Form noch keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt.

Hamburg, den 20.07.2011

Sophie Hofmann